



Universidades Lusíada

Pereira, Marco André Fernandes, 1987-

Cinema documental em plataformas multimédia : a produção e realização

<http://hdl.handle.net/11067/3631>

Metadados

| | |
|---------------------------|---|
| Data de Publicação | 2014 |
| Resumo | A cadeia de valor do cinema, nomeadamente, as etapas de produção necessárias para a consolidação de uma obra cinematográfica têm vindo a alterar-se sucessivamente desde a era analógica até a era actual em que nos inserimos – a era dos sistemas digitais. As TIC vieram proporcionar ao cinema uma maior redução dos custos de produção e tornaram mais complexas as etapas de uma produção. Na etapa de pré-produção já não se concepciona somente a ideia e os argumentos. Sendo que, actualmente, é também ne... |
| Palavras Chave | Documentário (Cinema) - Produção e realização, Documentário (Cinema) - Efeito das inovações tecnológicas, Cinematografia digital |
| Tipo | masterThesis |
| Revisão de Pares | Não |
| Coleções | [ULL-FCHS] Dissertações |

Esta página foi gerada automaticamente em 2024-04-25T03:30:01Z com informação proveniente do Repositório



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Mestrado em Comunicação Multimédia

**Cinema documental em plataformas multimédia: a
produção e realização**

Realizado por:

Marco André Fernandes Pereira

Orientado por:

Prof. Doutor Luís Filipe Landerset de Melo Cardoso

Constituição do Júri:

| | |
|-------------|--|
| Presidente: | Prof. Doutor Carlos César Lima da Silva Motta |
| Orientador: | Prof. Doutor Luís Filipe Landerset de Melo Cardoso |
| Arguente: | Prof. ^a Doutora Maria João Fonseca Leitão Cunha Silvestre |
| Vogal: | Prof. Doutor Pedro Jerónimo Pedrosa |

Dissertação aprovada em: 29 de Janeiro de 2015

Lisboa
2014



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

Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Mestrado em Comunicação Multimédia

**Cinema documental em plataformas multimédia:
a produção e realização**

Marco André Fernandes Pereira

Lisboa

Maio 2014



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

Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Mestrado em Comunicação Multimédia

**Cinema documental em plataformas multimédia:
a produção e realização**

Marco André Fernandes Pereira

Lisboa

Maiol 2014

Marco André Fernandes Pereira

Cinema documental em plataformas multimédia: a produção e realização

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

Orientador: Prof. Doutor Luís Filipe Landerset de Melo Cardoso

Lisboa

Maio 2014

Ficha Técnica

Autor Marco André Fernandes Pereira
Orientador Prof. Doutor Luís Filipe Landerset de Melo Cardoso
Título Cinema documental em plataformas multimédia: a produção e realização
Local Lisboa
Ano 2014

Mediateca da Universidade Lusíada de Lisboa - Catalogação na Publicação

PEREIRA, Marco André Fernandes, 1987-

Cinema documental em plataformas multimédia : a produção e realização / Marco André Fernandes Pereira ; orientado por Luís Filipe Landerset de Melo Cardoso. - Lisboa : [s.n.], 2014. - Dissertação de Mestrado em Comunicação Multimédia, Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Lusíada de Lisboa.

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

LCSH

1. Documentário (Cinema) - Produção e realização
2. Documentário (Cinema) - Efeito das inovações tecnológicas
3. Cinematografia digital
4. Universidade Lusíada de Lisboa. Faculdade de Ciências Humanas e Sociais - Teses
5. Teses - Portugal - Lisboa

1. Documentary films - Production and direction
2. Documentary films - Effect of technological innovations on
3. Digital cinematography
4. Universidade Lusíada de Lisboa. Faculdade de Ciências Humanas e Sociais - Dissertations
5. Dissertations, Academic - Portugal - Lisbon

LCC

1. PN1995.9.D6 P47 2014

Em primeiro lugar dedico esta dissertação aos meus Pais pois sem eles nada teria sido possível. Dedico-a também ao Doutor Landerset Cardoso que colaborou assiduamente comigo ao longo de todo o processo de investigação e construção da mesma. Por ultimo lugar dedico esta dissertação a Deus que me deu vontade e discernimento para terminá-la.

AGRADECIMENTOS

Os agradecimentos emergem de um sentimento que advém da possibilidade de concretização dos estudos realizados com o intuito de fortalecer a estrutura cognitiva e os alicerces profissionais, que constituem a base de subsistência para viver e cooperar em sociedade, e são dirigidos a todas as ajudas prestadas no âmbito do desenvolvimento da presente dissertação.

Em primeiro lugar, os agradecimentos são dirigidos a Deus, uma vez que, sem os seus desígnios e intenções nada do que fora criado teria sido possível. O investigador da presente dissertação agradece, inclusive, a sorte de se ter cruzado com pessoas de boa índole, bem como, pelo facto destas nunca o terem abandonado, mesmo perante um feitio muitas vezes influenciado pelas saudades da família e pela busca de um sonho de vida.

Em segundo lugar, os agradecimentos são dirigidos a Maria Manuela Fernandes Pereira e a José Pereira Júnior, pais do investigador da presente investigação, que apesar da distância, proporcionaram sempre todo o apoio moral e económico necessário para a concretização da mesma. Sendo que, não fosse o desejo destes em ver concretizado um objectivo fulcral para o seu filho, nada do que foi construído até hoje seria uma realidade.

Em terceiro lugar, os agradecimentos são dirigidos à Fundação Minerva, bem como, à Universidade Lusíada de Lisboa, que proporcionou as condições necessárias para o bom desempenho da licenciatura, pós-graduação e mestrado do investigador da presente dissertação.

Em quarto lugar, e com especial atenção e carinho, os agradecimentos são dirigidos ao orientador da presente dissertação, o Doutor Landerset Cardoso, que ao longo de dois anos, proporcionou uma ajuda incondicional e excepcional ao investigador da presente dissertação, instruindo-o não só do ponto de vista teórico, mas também do ponto de vista humano. São de salientar os trabalhos de investigação e escrita, bem como, a partilha de toda a experiência e teorias que só se adquirem com longos anos de trabalho. Sendo a este senhor que se deve grande parte do trabalho desenvolvido com a presente investigação.

Em quinto lugar, os agradecimentos são dirigidos a Rubina Freitas, namorada do investigador da presente dissertação, que sempre o apoiou nos momentos de maior ansiedade e preocupação vividos durante a elaboração da mesma, tendo prestado uma preciosa colaboração ao proceder à revisão ortográfica daquela.

Em sexto lugar, os agradecimentos são dirigidos à técnica Catarina Graça da Mediateca da ULL que simpaticamente sempre demonstrou a sua disponibilidade para esclarecer quaisquer dúvidas relativas às formatações da presente dissertação.

Em sétimo lugar, os agradecimentos são dirigidos aos realizadores(as) Raquel Castro, Tiago Pereira e Bruno de Almeida, que prontamente se disponibilizaram para efectuar as entrevistas exploratórias, por forma a comprovar alguns dos pontos de vista que foram observados na presente dissertação.

Em oitavo lugar, os agradecimentos são dirigidos à Creative Minds, empresa onde o investigador trabalhou e cresceu profissionalmente, tendo efectuado diversos trabalhos de publicidade e de *marketing* ao longo de toda a concepção da dissertação. Em particular, ao Dr. Paulo Domingues, que sempre se disponibilizou a ajudar o investigador, permitindo-lhe que por vezes saísse do trabalho, durante o horário de expediente, para que este pudesse realizar algumas das etapas da presente dissertação.

Em nono lugar, os agradecimentos são dirigidos aos amigos e à família do investigador da presente dissertação, que apesar da falta do convívio habitual durante toda a fase de construção da dissertação, sempre mantiveram o contacto e o apoio necessários, apesar de terem sido por diversas vezes postos de parte, tal era a ansiedade e falta de tempo do investigador.

Em décimo lugar, os agradecimentos são dirigidos à GFK Portugal que prontamente forneceu os dados relativos às audiências da programação em geral e selectivamente de documentários tornando possível a análise quantitativa da presente dissertação.

Em décimo primeiro lugar, os agradecimentos são dirigidos ao Dr. Hélder Machado que reviu todas as formatações da presente dissertação de modo a respeitar as normas de apresentação da ULL relativas a dissertações.

Em décimo segundo lugar, em tom de brincadeira, os agradecimentos são dirigidos ao próprio investigador da presente dissertação, por ter tido a paciência, a coragem e a

sabedoria para lidar com todos aqueles que o acompanharam ao longo deste árduo percurso, que certamente marcou parte da sua carreira académica e durante o qual adquiriu as ferramentas necessárias para o desenvolvimento do seu futuro profissional. Sendo que, durante todo o percurso o investigador tentou sempre passar uma palavra de esperança, para uma sociedade mais solidária e um Portugal mais forte, social e economicamente, apesar de por diversas vezes criticado pelas suas opiniões e convicções, que brotam do seu coração e mente, e que o obrigaram e obrigam a salientar determinados aspectos sociais que não constituem para o entretenimento base alguma.

-A produção de um filme é como uma
gravidez histórica...”

Marnier, Terrence (2007) - A Realização Cinematográfica.
Lisboa : Edições 70

APRESENTAÇÃO

Cinema documental em plataformas multimédia: a produção e realização

Marco André Fernandes Pereira

A cadeia de valor do cinema, nomeadamente, as etapas de produção necessárias para a consolidação de uma obra cinematográfica têm vindo a alterar-se sucessivamente desde a era analógica até a era actual em que nos inserimos – a era dos sistemas digitais. As TIC vieram proporcionar ao cinema uma maior redução dos custos de produção e tornaram mais complexas as etapas de uma produção. Na etapa de pré-produção já não se concepçiona somente a ideia e os argumentos. Sendo que, actualmente, é também nesta etapa que se coordena a expansão e venda dos produtos devido às novas possibilidades do meio digital, como a consolidação de DVD's, *Blu-ray's*, entre outras manobras de concepção que tendem a criar produtos cada vez mais interactivos, que visam a atracção de um público que se encontra inserido num mercado cada vez mais competitivo. Assim sendo, os planeamentos acabam por ter que ter em conta todos estes novos aspectos para assim melhorar e completar as produções cinematográficas. A própria realização dos projectos passa agora por uma maior sensibilização acerca de todas as oportunidades e melhorias que o digital trouxe ao cinema, nomeadamente, ao cinema documental, que asseguram grande parte das fundamentações das suas apresentações em animações gráficas 3D, entre outros aspectos. A pós-produção dos produtos acaba também por adquirir mais facilidades e inovações possíveis de serem adaptadas e a tornarem as construções das narrativas mais fundamentadas. Todos estes benefícios acabam por estar ligados ao multimédia que é o campo que mais estuda as evoluções tecnológicas, aplicando-as em diversas áreas que acabam por construir os seus planos e projectos ligados desde o início até ao final por *softwares* instalados em computadores.

Palavras-Chave: Cadeia de Valor do Cinema, Cinema Documental, Cadeia de Valor do Multimédia, Multimédia

PRESENTATION

Documental cinema on multimedia platforms: the production and direction

Marco André Fernandes Pereira

The value chain of the film, namely, the production steps that are necessary for the consolidation of a film have been changing successively from the analog age to the current age in which we live - the age of digital systems. Today the TIC - Technological Systems of Communication - contributed for a reduction in the production costs of films as well has contributed for more complex stages of a production. The pre-production is no longer exclusively a stage where the idea and arguments are created. Today is also the stage where the expansion and sale of products is coordinated due to the new possibilities of digital media, such as the consolidation of DVD's, *Blue-ray's*, among other design maneuvers that tend to create increasingly interactive products, aimed at attracting an audience that is inserted in an increasingly competitive market. Therefore, the schedules end up having to take into account all these new aspects that improve and complete the films productions. The direction of the project itself is now going through an increased awareness about all the opportunities and improvements that digital has brought to the cinema in particular to documentary cinema , which provide much of the foundations of their presentations in 3D graphic animations , among other things. The post-production of products also acquire eventually more facilities and adapted innovations that are able to be adapted to make narratives that are more substantiated. All these benefits turn out to be linked to the media which is the field that studies the most all the technological developments, applying them in several areas that end up building plans and related projects from the beginning to the end by software installed on computers .

Keywords: Value Chain of Cinema, Documental Cinema, Value Chain of Multimedia, Multimedia

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|---|-----|
| Ilustração 1 - Sequência interactiva da comunicação, tecnologia e mudança cultural (McQuail, 2003, p. 110) | 39 |
| Ilustração 2 - Razão dividida em compartimentos diferentes que influenciam a existência do ser humano, assim como, a comunicação que estabelece entre os seus semelhantes (Serra, 2003) | 46 |
| Ilustração 3 - Modelo estrutural do uso dos média (segundo Weibull, 1985) (McQuail, 2003, p. 391) | 49 |
| Ilustração 4 - Modelo de análise (Ilustração nossa, 2013) | 86 |
| Ilustração 5 - Etapas e elos fundamentais da produção cinematográfica (Adaptação a partir de: McKernan, 2005) | 106 |
| Ilustração 6 - Fluxograma de produção (Rea, 2010, p. 226) | 108 |
| Ilustração 7 - Cadeia de valor do cinema (Rea, 2010) | 113 |
| Ilustração 8 - Fluxo da Pós-Produção HD (Rea, 2010, p. 255)..... | 122 |
| Ilustração 9 - A cadeia de valor do multimédia (Carvalho, 2003) | 130 |
| Ilustração 10 - Poster do documentário REviravolta – parte prática da dissertação (Ilustração nossa, 2012) | 138 |
| Ilustração 11 - Modelo de análise (Ilustração nossa, 2013)..... | 142 |
| Ilustração 12 - Limiar de risco de pobreza (PORDATA, 2013) | 143 |
| Ilustração 13 - Reclusos condenados por categoria crime (PORDATA, 2013)..... | 144 |
| Ilustração 14 - Associação Olhar (Ilustração nossa, 2013)..... | 148 |
| Ilustração 15 - Associação C.A.S.A. (Ilustração nossa, 2013)..... | 148 |
| Ilustração 16 - Universidade do Minho (Ilustração nossa, 2013) | 148 |
| Ilustração 17 - Universidade Lusíada de Lisboa (Ilustração nossa, 2013)..... | 148 |
| Ilustração 18 - Arquivo RTP (RTP, 1980)..... | 149 |
| Ilustração 19 - Arquivo SIC (SIC, 2012) | 149 |
| Ilustração 20 – Jornal Público (Jornais e Revistas, 2012) | 149 |
| Ilustração 21 – Jornal de Notícias (Jornais e Revistas, 2012) | 149 |
| Ilustração 22 - Carlos, sem-abrigo (tema central como exemplo de um caso de exclusão social) (Ilustração nossa, 2013) | 149 |
| Ilustração 23 – Doutor Jorge Valadares (Ilustração nossa, 2013) | 150 |
| Ilustração 24 – Presidente do C.A.S.A. Nuno Jardim (Ilustração nossa, 2013) | 150 |
| Ilustração 25 – Mestre Carlos Céu e Silva (Ilustração nossa, 2013) | 150 |
| Ilustração 26 – Dr ^a . Lurdes Costa (Ilustração nossa, 2013) | 150 |
| Ilustração 27 - Modelo de construção de produção multimédia (Ilustração nossa, 2013) | 152 |

| | |
|---|-----|
| Ilustração 28 - Modelo de construção de produção multimédia (Ilustração nossa, 2013) | 153 |
| Ilustração 29 - Capítulo 1 / Solidariedade social do C.A.S.A. (Ilustração nossa, 2013) | 155 |
| Ilustração 30 - Capítulo 2 / Exclusão social (Ilustração nossa, 2013) | 155 |
| Ilustração 31 - Capítulo 3 / Problema e desenvolvimento (Ilustração nossa, 2013) | 155 |
| Ilustração 32 - Capítulo 4 / Conclusões/soluções (Ilustração nossa, 2013) | 155 |
| Ilustração 33 - Arquivo Comité Ucrâniano de Fotografia, Cinema e Direcção (VUFKU, 1929) | 155 |
| Ilustração 34 - Arquivo TVI (TVI, 2012) | 155 |
| Ilustração 35 - Exemplos de plano de produção /contactos (Ilustração nossa, 2012) | 157 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|-----|
| Tabela 1 - Comparação de quatro modelos da comunicação de massas: cada modelo envolve diferenças de orientação da parte do emissor e do receptor..... | 51 |
| Tabela 2 - Grelha de programação | 88 |
| Tabela 3 - Grelhas de transmissão | 90 |
| Tabela 4 - Penetração dos meios por banco principal..... | 92 |
| Tabela 5 - Raking de programas de TV considerados muito interessantes..... | 93 |
| Tabela 6- Cadeia de valor para a indústria do cinema (Zerdick et al.)..... | 111 |
| Tabela 7 - Cadeia de valor para a indústria do cinema (BEI) | 112 |
| Tabela 8 - Tipos de multimédia | 127 |
| Tabela 9 - Cadeia de valor multimédia (Zerdick et al.) | 132 |
| Tabela 10 - Dados de documentários / Rat(#)..... | 262 |
| Tabela 11 - Dados de documentários / (Rat %) | 263 |
| Tabela 12 - Dados de documentários (Rch (#)..... | 264 |
| Tabela 13 - Dados de documentários / Rch (%)..... | 265 |
| Tabela 14 - Dados de documentários / Shr (%) | 266 |
| Tabela 15 - Dados de documentários / ATS (hh:mm:ss)..... | 267 |
| Tabela 16 - Dados de documentários / amostra..... | 268 |
| Tabela 17 - Audiência mês a mês dos canais cabo | 269 |

LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E ACRÓNIMOS

| | | |
|---------|---|--|
| BASEF | - | Estudos e Serviços por empresas da área de Banca & Seguros |
| BEI | - | Banco Europeu de Investimento |
| BEI | - | Banco Europeu de Investimento |
| BIT | - | <i>Binary digit</i> |
| CGD | - | Caixa Geral de Depósitos |
| DVD | - | Digital Versatile Disc |
| IBM | - | International Business Machines |
| ISP | - | Instituto de Seguros de Portugal |
| NEA | - | National Endowment for the Arts |
| NEH | - | National Endowment for the humanities |
| OBERCOM | - | Observatório da Comunicação |
| TGI | - | Target Group Index |
| TI | - | Tecnologias de Informação |
| TIC | - | Tecnologias da Informação e Comunicação |
| VUFKU | - | All-Ukrainian Photo-Cinema-Directorate |
| WEB | - | World Wide Web |
| WWW | - | World Wide Web |

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| 1. Introdução | 38 |
| 1.1. Justificação do tema | 39 |
| 1.2. Pergunta de partida | 41 |
| 1.3. Objectivos | 41 |
| 1.3.1. Objectivo principal | 41 |
| 1.3.2. Objectivos secundários | 41 |
| 1.4. Síntese dos capítulos..... | 42 |
| 2. Comunicação, cinema documental e multimédia | 44 |
| 2.1. Comunicação | 45 |
| 2.2. Modelos de comunicação | 48 |
| 2.2.1. No campo das Ciências Sociais e das Ciências da Comunicação.. | 54 |
| 2.2.2. A comunicação e a realidade social | 56 |
| 2.2.3. O cinema digital e o recurso à factualidade social | 57 |
| 2.2.4. Na área do multimédia | 58 |
| 2.3. TIC – Tecnologias de informação e multimédia | 60 |
| 2.4. Cinema documental | 64 |
| 2.4.1. Introdução | 64 |
| 2.4.2. A proposta | 67 |
| 2.4.3. A pesquisa | 69 |
| 2.4.4. Realização | 70 |
| 2.4.5. Tipologias do documentário | 72 |
| 2.4.6. Géneros do documentário | 72 |
| 2.4.7. Subgéneros do cinema documental | 73 |
| 2.4.8. Edição | 73 |
| 3. Metodologia de investigação..... | 76 |
| 3.1. Formulação da pergunta de partida | 76 |
| 3.2. A Fase exploratória..... | 76 |
| 3.2.1. As leituras | 77 |
| 3.2.2. As entrevistas exploratórias | 78 |
| 3.3. A problemática | 79 |
| 3.4. O modelo metodológico de investigação | 80 |
| 3.4.1. A construção de hipóteses | 80 |
| 3.4.2. A construção do modelo de investigação | 86 |
| 3.5. Observação | 87 |

| | |
|--|-----|
| 3.6. Análise de dados | 90 |
| 4. O Cinema, a sua tipificação, os géneros e a criação de valor | 96 |
| 4.1. Marcos da história do cinema | 96 |
| 4.2. Tipificação..... | 98 |
| 4.3. Definição de géneros cinematográficos | 99 |
| 4.3.1. Os Quatro géneros fundamentais | 102 |
| 4.4. Cadeia de valor do cinema | 105 |
| 4.4.1. Pré-produção | 114 |
| 4.4.1.1. Argumento | 115 |
| 4.4.1.2. Financiamento | 116 |
| 4.4.2. Produção..... | 117 |
| 4.4.3. Realização | 119 |
| 4.4.4. Pós-produção..... | 121 |
| 4.4.4.1. Montagem..... | 123 |
| 4.4.4.2. Criação através da montagem..... | 124 |
| 4.4.4.3. Tipologias da montagem / edição | 125 |
| 5. A Indústria do multimédia..... | 126 |
| 5.1. A Indústria do multimédia | 126 |
| 5.2. Tipos de multimédia..... | 126 |
| 5.2.1. Natureza..... | 127 |
| 5.2.2. Origem | 128 |
| 5.2.3. Divulgação | 128 |
| 5.3. A Cadeia de valor do multimédia | 129 |
| 5.4. Cinema documental em plataformas multimédia | 133 |
| 5.5. O Multimédia e as indústrias criativas culturais | 134 |
| 5.5.1. As TIC, o multimédia e o seu impacto nos produtos culturais | 134 |
| 6. Documentário, —“Viravolta” — Um caso prático de cinema documental em plataformas multimédia | 138 |
| 6.1. Metodologia aplicada | 139 |
| 6.1.1. Pergunta de partida | 139 |
| 6.1.2. A Exploração | 139 |
| 6.1.3. A Problemática | 140 |
| 6.1.4. Construção do modelo de análise | 142 |
| 6.1.5. A Observação..... | 142 |
| 6.1.6. A Análise das informações | 145 |
| 6.1.7. Conclusões..... | 146 |

| | |
|---|-----|
| 6.2. Fases da produção | 147 |
| 6.2.1. Pré-produção | 147 |
| 6.2.1.1. Sinopse..... | 150 |
| 6.2.2. Produção multimédia..... | 151 |
| 6.2.2.1. Modelo de produção | 152 |
| 6.2.3. Produção | 156 |
| 6.2.4. Pós-produção..... | 157 |
| 7. Conclusões e recomendações..... | 160 |
| 7.1. Conclusões..... | 160 |
| 7.2. Recomendações..... | 163 |
| Referências | 164 |
| Bibliografia..... | 170 |
| Glossário | 174 |
| Tipologias do documentário..... | 174 |
| Géneros do cinema documental | 178 |
| Subgéneros do cinema documental | 181 |
| Cinema clássico e subgéneros..... | 185 |
| Subgéneros | 186 |
| Subgéneros (novos géneros)..... | 191 |
| Géneros do cinema experimental | 200 |
| Etapas da direcção cinematográfica..... | 201 |
| Guião e Planeamento Técnico..... | 205 |
| Tipologia da Montagem | 219 |
| Dispositivos técnicos e estilísticos / efeitos..... | 228 |
| Apêndices..... | 234 |
| Apêndice A | 238 |
| Apêndice B | 244 |
| Apêndice C | 250 |
| Apêndice D | 256 |
| Apêndice E | 260 |
| Apêndice F..... | 271 |

1. INTRODUÇÃO

Com esta dissertação pretendeu-se investigar as etapas de produção e realização de cinema documental, que é em si uma forma de comunicação que deve recorrer e ter em conta determinados princípios fundamentais para assegurar a transmissão de uma mensagem, informação ou narrativa, entre um emissor e um receptor, através da produção de um documento em discurso vídeo destinado a um ambiente multimédia. Ora, para se efectuar a transmissão de uma qualquer mensagem entre um emissor e um receptor, sem ruído, é estritamente necessário estabelecer uma comunicação correcta. Sendo que, após uma análise do tema da presente investigação, podemos verificar que é também essencial tornar a comunicação perceptível entre um realizador e/ou um argumentista e uma equipa de produção, por forma a garantir a perceptibilidade dos planos desenvolvidos na primeira fase da produção, designadamente, na pré-produção. Uma vez que, tornar elucidativos todos os passos e as directrizes a seguir, não só perante toda uma equipa técnica envolvida num processo de produção de uma obra cinematográfica, assim como, perante eventuais financiadores do projecto, é essencial para uma boa produção.

Na era digital existiram várias mudanças significativas nas etapas da produção que levaram a uma grande diminuição dos seus custos. O mesmo tendo acontecido, com a própria comunicação que acabou por efectuar-se por intermédio dos novos meios e plataformas digitais que foram surgindo. Estas novas possibilidades tecnológicas, como o computador e internet, por exemplo, tornaram todo o processo de comunicação mais económico e eficaz.

Desta forma, as TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação – constituem, na actualidade, a maioria dos processos de comunicação que são estabelecidos entre duas fontes, e que permitem que uma mensagem seja transmitida e/ou transferida de várias formas possíveis devido à digitalização, que acaba por ser uma das principais características da era da informação, e do século XXI.

Assim sendo, e de modo a que o presente trabalho não ultrapasse os limites que são necessários estabelecer para uma realização adequada da investigação, que são a comunicação e o multimédia, pretendeu-se relacionar a forma como a comunicação, o cinema, no seu género documental, e o multimédia estão interligados, complementando-se e constituindo entre si pontes essenciais para a construção

sucessiva e correcta de uma produção cinematográfica adaptada às novas perspectivas do multimédia.

1.1. JUSTIFICAÇÃO DO TEMA

O tema da presente investigação foi escolhido tendo em consideração a inevitável digitalização da maioria dos processos de comunicação, que são transmitidos por intermédio de vários meios. A digitalização dos processos de comunicação é inevitável, não só porque as regras de mercado caminham nessa óptica, mas também pela versatilidade que aquela tem vindo a proporcionar na interligação de sociedades e culturas, contribuindo para uma maior afluência e qualidade da informação direccionada a uma sociedade de massas na óptica da globalização (Konigsberg, 1997).

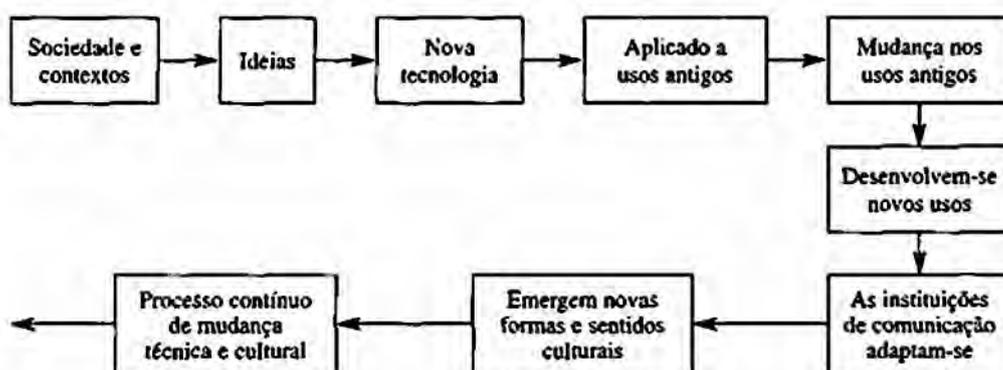


Ilustração 1 - Sequência interactiva da comunicação, tecnologia e mudança cultural (McQuail, 2003, p. 110)

Assim sendo, existem diversas possíveis influências na forma ou no conteúdo de certas mensagens dos média e, conseqüentemente, nos significados resultantes destas. Ainda assim, não se pode estabelecer efeito algum da tecnologia na cultura, porque as próprias tecnologias são artefactos culturais e não existe maneira de romper este círculo. A teoria que temos é pouco mais que uma descrição de padrões observáveis nos sentidos culturais oferecidos pelos e através dos média de massas, que podem ser influenciados por muitas características de um dado meio, que não serão somente tecnológicas. A ilustração 1 apresentada *supra* dá uma visão geral do processo através do qual as mudanças tecnológicas podem influenciar a cultura mediática. Talvez o aspecto mais importante desta ilustração seja a pouca probabilidade do impacto directo das tecnologias nas práticas culturais, sendo que geralmente aquelas só têm um impacto directo nestas quando mediadas por uma instituição relevante, neste caso os média de massas (McQuail, 2002).

A ideia de um «acontecimento mediático» previamente combinado (ou pseudo acontecimento) pertence à teoria da lógica dos média (Boorstin, 1961, Dayan e Katz, 1992). Esta lógica revela-se nos modos dominantes utilizados na cobertura de notícias, nos formatos familiares e em determinadas rotinas, que enquadram com previsibilidade certas categorias de acontecimentos (Altheide, 1985). Esta noção geral de lógica dos média estende-se a uma gama alargada de acontecimentos culturais, incluindo o desporto, o entretenimento e as cerimónias públicas. Existem também muitos exemplos de novos tipos de formato que os média tornaram parte da experiência cultural de todos os dias (tais como, chamadas de rádio, conversas de estúdio na televisão, filmes musicais de vídeo, anúncios publicitários e séries que nunca mais acabam) (McQuail, 2002).

Na modernidade tardia, a influência de acontecimentos distantes em acontecimentos próximos, e mesmo na própria intimidade, torna-se cada vez mais um lugar comum. Obviamente que a este respeito os média, escritos e electrónicos, têm um papel central. A experiência mediada desde a primeira experiência de escrita sempre influenciou em simultâneo a identidade pessoal e a organização básica das relações sociais...Com o desenvolvimento da comunicação de massas a interpretação do desenvolvimento pessoal e dos sistemas sociais tornou-se ainda mais pronunciada (Giddens, 1991).

Relativamente ao cinema, nomeadamente, o cinema documental, tem vindo a ganhar mais espaço e mais seguidores, não só pelas novas possibilidades oferecidas pelo digital, que oferece maior capacidade de captura de imagens extraordinárias, capazes de atrair a atenção até dos públicos mais exigentes, mas também devido à sua capacidade de transmitir informações reais e educativas para a sociedade (Nichols, 2001).

Também os avanços das TIC têm vindo a proporcionar uma maior expansão e divulgação de produções cinematográficas e de informação através das novas plataformas multimédia, destacando-se a internet, entre outras mais direccionadas ao cinema de entretenimento (McQuail, 2002).

O cinema documental, vulgo documentário, tem a liberdade de tornar toda uma matéria de investigação, normalmente considerada como específica para determinadas pessoas, com estruturas cognitivas preparadas para interpretá-las e

compreende-las, em sequências narrativas capazes de suscitar o interesse de pessoas que se debatem com novos temas pela primeira vez (Andrew, 1984).

Devido a isso, o documentário representa uma contribuição para uma maior consciencialização social a nível local e até global de factos importantes para a sociedade dentro dos mais variados campos de estudo (Andrew, 1984).

O cinema documental foi o primeiro género pelo qual o cinema abordou as suas primeiras concepções, na época dos irmãos Lumière, com filmagens de quotidianos da época industrial. Tornando-se na base de um arquivo sociológico essencial para o estudo da sociedade a vários níveis, representando ademais um registo patrimonial e cultural (Nichols, 2001).

Desta forma, e com um intuito educativo, a constituição de arquivos organizados em concepções documentais que possam proporcionar novas aprendizagens e que auxiliem métodos de investigação acerca de culturas, sociedades e do próprio mundo, é uma investigação sobre os métodos de concepção de um documentário, aliado a uma nova vertente de uma nova era digital - o multimédia.

1.2. PERGUNTA DE PARTIDA

A pergunta de partida que serve de base à investigação da presente dissertação é: “Quais as etapas fundamentais da cadeia de valor do cinema para a produção e realização do género documental em ambiente multimédia?”. Os passos para a formulação desta pergunta de partida encontram-se descritos nos pontos 2 e 4 da presente dissertação.

1.3. OBJECTIVOS

1.3.1. OBJECTIVO PRINCIPAL

O objectivo principal da presente investigação tem por base a identificação metodológica das etapas de produção e realização na cadeia de valor do cinema face à concepção de obras ou produtos cinematográficos de género documental em suporte e disseminação digital.

1.3.2. OBJECTIVOS SECUNDÁRIOS

Como objectivo secundário desta dissertação, surge a necessidade de compreender a comunicação como a base para a produção de documentos em discurso vídeo. Para tal, tentou-se estabelecer a relação entre a comunicação e todo o processo de criação de um produto cinematográfico (Etapas Metodológicas). Procurou-se, ainda, perceber a influência que as TIC's têm no processo de criação de um produto cinematográfico, como uma nova vertente emergente na era digital, nomeadamente, o multimédia.

1.4. SÍNTESE DOS CAPÍTULOS

No primeiro capítulo é feita uma breve introdução ao tema proposto e é apresentada a respectiva justificação. Formula-se a pergunta de partida e são apresentados os objectivos principais e secundários.

No segundo capítulo desenvolve-se o enquadramento teórico em que se insere o tema da dissertação –Metodologias de investigação para as etapas de produção e realização de cinema documental”. As teorias que sustentam a presente investigação têm por base a comunicação, o cinema documental e o multimédia.

A problemática que se desenvolveu ao longo da investigação estabelece uma relação entre a comunicação, construída sob os moldes de uma produção de cinema documental como via de transmissão de informações e como recurso à factualidade social.

Sob esta lógica define-se, posteriormente, toda a metodologia empregue e descrita em pormenor no terceiro capítulo. Este capítulo termina, por sua vez, com a exposição de um modelo de investigação concebido, especificamente, para o desenvolvimento deste trabalho.

No quarto capítulo apresenta-se o sector do cinema enquanto indústria e a respectiva cadeia de valor. Delimitam-se as suas áreas de actividade, distinguem-se as suas características diferenciadoras, analisam-se as relações do cinema, os seus géneros e as etapas determinantes para a construção de uma obra cinematográfica na categoria de cinema documental, tendo em conta as influências do multimédia, as suas dimensões sociais e a respectiva criação de valor para a sociedade.

Tendo por base as novas tecnologias da informação e da comunicação (TIC's), o quinto capítulo apresenta o multimédia enquanto indústria. Aqui expõem-se os tipos de

multimédia, as suas formas de criação de valor e o cinema documental aplicado sob as suas plataformas.

No capítulo seguinte faz-se o estudo da parte prática, onde são apresentadas as etapas fundamentais para a produção de um documento em discurso vídeo na categoria de cinema documental, nomeadamente, do documentário “REviravolta”, que consiste no sexto capítulo da presente dissertação. E, ainda, a aplicação desta produção em plataformas multimédia.

Por fim, no sétimo capítulo, são feitas as reflexões finais acerca do tema proposto, assim como, confirmadas as hipóteses de investigação apresentadas, retirando-se daí as respectivas conclusões.

2. COMUNICAÇÃO, CINEMA DOCUMENTAL E MULTIMÉDIA

Este capítulo apresenta os temas principais da investigação e define uma problemática que precede à abordagem ou à perspectiva teórica que se decide adoptar para tratar o problema formulado pela pergunta de partida, (Quivy, 2005).

As matérias estudadas nesta investigação constituem o enquadramento histórico e teórico do cinema documental, as metodologias relacionadas com a arte de fixar e de reproduzir imagens que suscitam impressão de movimento, desenvolvendo através de ilusões ópticas e técnicas de montagem, narrativas com o intuito de estabelecer uma comunicação entre um realizador ou autor de uma obra e um público receptor de uma ideia ou história (Nichols, 1997).

O envolvimento entre a comunicação e o cinema, na sua concepção, torna-se crucial. Dado que não é possível desenvolver toda a consolidação dos planos que estabelecem as ordens de trabalho necessárias para a concepção de obras cinematográficas, sem que se respeitem as normas e regras da comunicação.

Note-se que, o cinema é certamente mais vulnerável que os outros tipos de média a interferências externas e pode estar sujeito a mais pressões conformistas por causa do elevado capital em risco (Rea, 2010).

Por isso, exigiu-se uma adaptação do cinema documental às TIC's, que permitem, em larga escala, uma maior expansão e mediatização dos produtos cinematográficos, tornando-os menos dependentes das exhibições estritamente destinadas às salas de cinema, com o fito de aumentar a visibilidade e a abrangência a um público maior. Assim, é possível mediatizar as produções através das vias que o digital veio proporcionar, agregá-las como produtos multimédia e vendê-las, por forma a minimizar os custos de produção, tornando-se assim viáveis futuras produções pela rentabilidade das produções anteriores (Rea, 2010).

Deste modo, o cinema adquiriu e adaptou-se às novas formas e novos métodos para fazer as suas criações, através de ópticas mais eficazes e mais lucrativas, ou, por outro lado, menos dispendiosas como o eram, caracteristicamente, as obras cinematográficas na era analógica. Pode, no entanto, afirmar-se que a parte criativa da construção das obras, relativamente, à concepção da ideia, etapas de produção e

construção do filme, continuam a respeitar as normas e regras primordiais do cinema (McQuail, 2002).

Verifica-se, pois, que as relações entre os média e a sociedade, distinguem-se em vários aspectos, enfatizam diferentes causas e tipos de mudança, e apontam diferentes caminhos para o futuro (McQuail, 2002).

Sendo que, o cinema aliado ao multimédia passou a beneficiar de uma mediatização muito mais alargada devido à conciliação com as oportunidades emergentes da digitalização, garantindo novos pólos de exibição e comercialização das obras, para além das habituais salas de cinema, nomeadamente, através de emissores de televisão por cabo e plataformas web (Ribeiro, 2009).

Proveniente deste facto, as novas adaptações que as novas tecnologias impõem, fizeram emergir a actual sociedade de informação das TIC (Ribeiro, 2009).

2.1. COMUNICAÇÃO

Nas sociedades ditas tradicionais, como era o caso das sociedades antigas e como o foram na generalidade as sociedades europeias até à Modernidade, toda a vida social assentava na interacção pessoal directa, ou seja, face a face. Com a invenção da escrita (e da leitura) e com o início da sua mediatização, surge um meio de comunicação no qual se pode assumir um comportamento solitário, livre de interacção, ainda que social (Serra, 2003).

Na ilustração 2 apresentada *infra* pode verificar-se o tipo de emoções que caracterizam a necessidade de comunicação por parte do ser humano.



Ilustração 2 - Razão dividida em compartimentos diferentes que influenciam a existência do ser humano, assim como, a comunicação que estabelece entre os seus semelhantes (Serra, 2003)

A descoberta da escrita, portanto, dá à acção solitária a oportunidade de ser uma acção social, de ser comunicação. Ora, com a invenção da imprensa e, posteriormente, de meios como os jornais de massas, a rádio e a televisão (os chamados *mass media*), mas também, como o telefone, o correio electrónico (vulgo e-mail) ou o telemóvel, um tal processo nunca mais parou de se ampliar e aprofundar. Compreendendo-se, assim, Luhmann (1991) ao referir que o que sabemos sobre a sociedade e ainda o que sabemos sobre o mundo, sabemos-lo através dos meios de comunicação de massas.

A comunicação é a área científica que estuda os processos de comunicação humana (McQuail, 2002).

Entre as subdisciplinas da comunicação, incluem-se a teoria da informação, a comunicação intrapessoal, a comunicação interpessoal, o marketing, a publicidade, a propaganda, as relações públicas, a análise do discurso e o jornalismo. O intercâmbio de informação entre sujeitos ou objectos também é um tipo de comunicação. Deste ponto de vista, a comunicação inclui temas técnicos (por exemplo, a telecomunicação), biológicos (por exemplo, fisiologia, função e evolução) e sociais (por exemplo,

jornalismo, relações públicas, publicidade, audiovisual e meios de comunicação de massa) (McQuail, 2002).

E, uma vez que, o meio de comunicação tem uma importante influência na disseminação do conhecimento através do espaço e do tempo, torna-se necessário estudar as suas características em ordem a avaliar a sua influência no seu contexto cultural (Innis, 2008).

Deste modo, sem fazer apelo a um ou outro modelo especial, é corrente classificar os fenómenos comunicacionais a partir de oposições, designadamente, quanto ao tempo, consistindo numa comunicação directa ou síncrona *versus* comunicação diferida ou assíncrona; quanto ao número, existindo a comunicação interpessoal *versus* comunicação de massa; quanto ao espaço, através da comunicação presencial, face a face *versus* comunicação mediatizada, à distância; quanto ao código, existe a comunicação verbal, que recorre aos signos linguísticos *versus* comunicação não-verbal, em que se utilizam signos como gestos, movimentos, espaços, tempos, desenhos, sons, etc.. Assim, aplicando-se estas classificações a uma situação como uma conversa telefónica, podemos dizer que estamos perante uma comunicação directa, interpessoal, mediatizada e verbal (Serra, 2008).

Distinguem-se, assim, três tipos de interacção, designadamente, a interacção face a face (uma conversa), a interacção mediada tecnicamente (o telefone) e a quase interacção mediada tecnicamente (a televisão ou os mass media em geral) (Rosengren, 2000).

Assim, podem ainda distinguir-se os seguintes “níveis do processo de comunicação”:

Nível intrapessoal (reflexão), a comunicação interpessoal (díade ou casal), a intergruppal ou associação (comunidade local), institucional ou organizacional (sistema político ou empresa) e alargado a toda a sociedade (comunicação de massas) (Rosengren, 2000).

E, finalmente, a comunicação digital que é um complexo convergente, emergente de médias e dispositivos digitais situados no contexto da sociedade de informação que proporciona uma comunicação recíproca, bidireccional e atribuível a um meio ou relação de comunicação. A interactividade permite ajustamento mútuo, co-orientação, um controlo mais fino e maior eficiência na maioria das relações e processos

comunicacionais. A característica que melhor define os «novos média» é o seu grau de interactividade, cada vez mais possível graças à digitalização (McQuail, 2002).

2.2. MODELOS DE COMUNICAÇÃO

A teoria relacionada com a comunicação de massas tem que ser continuamente reavaliada à luz das novas tecnologias e das suas aplicações. Com a chegada de novos tipos de média que alargaram e mudaram o espectro das possibilidades socio-tecnológicas da comunicação pública, um novo meio, não é somente mais uma tecnologia aplicada para transmitir certos conteúdos simbólicos ou para ligar os participantes em qualquer troca, envolve também novas relações sociais que interagem com as características da nova tecnologia. É provável que uma nova teoria seja necessária, se existir uma mudança fundamental nas formas da organização social da tecnologia dos média, nas relações sociais promovidas, ou naquilo a que Carey (1989) chamou de «estruturas dominantes de gosto e de sentimento».

A premissa básica, como já foi indicado, é o facto do uso dos média ser marcado, em grande medida, por certos elementos relativamente constantes da estrutura social e da estrutura mediática. A estrutura social compreende os «factos sociais», como a educação, os rendimentos, o género sexual, o local de residência, a posição no ciclo da vida, entre outros, com influência forte e determinante nas opiniões gerais e no comportamento social. A estrutura mediática caracteriza a gama relativamente constante dos canais, escolhas e conteúdos disponíveis num determinado tempo e lugar. O sistema dos média responde a pressões e às respostas das audiências para manter um equilíbrio estável entre a oferta e a procura, por si mesmo regulado. Os processos envolvidos são esquematizados num modelo (ilustração 3 que segue *infra*), adaptado em parte de Weibull (1985), que mostra a relação entre o padrão habitual do comportamento de uso dos média e as escolhas particulares, por exemplo, para um dado dia. (McQuail, 2003).

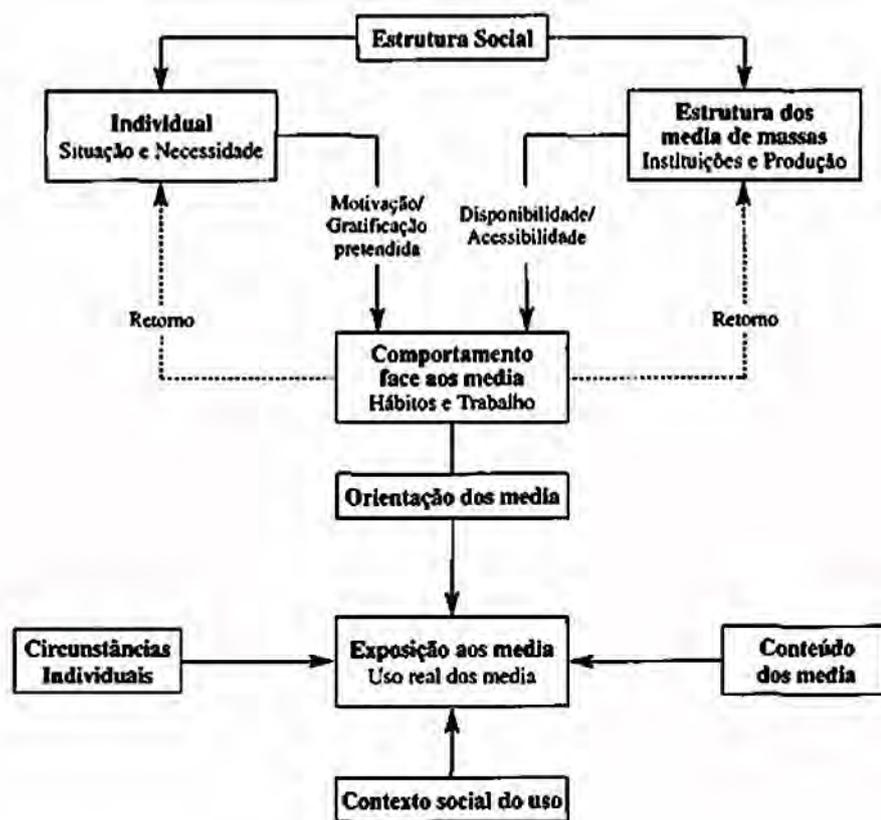


Ilustração 3 - Modelo estrutural do uso dos média (segundo Weibull, 1985) (McQuail, 2003, p. 391)

Na ilustração 3, a secção superior mostra o padrão habitual de uso dos média por parte de um indivíduo, como resultado de dois factores fundamentais que reflectem eles próprios a estrutura social geral (McQuail, 2003).

Um dos factores é a situação social mais ou menos fixa, na qual se encontra uma pessoa, relacionada também com as respectivas necessidades relacionadas com os média (por exemplo, uma certa informação, lazer, contactos sociais, etc.). O segundo factor (mostrado como «estrutura dos média de massas»), consiste nas possibilidades disponíveis de um determinado lugar, dadas as circunstâncias económicas e educacionais de uma pessoa. Entre si, estes dois factores levam não só a um padrão regular de comportamento, mas também a uma disposição, tendência ou «conjunto» bastante consistente, a que se chama «orientação mediática» de uma dada pessoa (McQuail, 2003).

Assim sendo, a comunicação é influenciada por três variáveis principais, o menu do conteúdo específico oferecido nesse dia e a forma de apresentação (mostrado como «conteúdo dos média»); as circunstâncias do momento (p. ex.: quantidade de tempo

livre, disponibilidade, gama de actividades alternativas disponíveis), catalogadas como «circunstâncias individuais»; o contexto social da escolha e do uso (p. ex.: a influência da família e amigos). Até certo ponto, o que acontece dia-a-dia é previsível do ponto de vista da «orientação mediática» de uma pessoa, mas os factores específicos são contingentes, devido a muitas circunstâncias imprevisíveis (Clark, 1969).

Contudo, a definição original da comunicação de massas como um processo dependente de características objectivas da produção, reprodução e distribuição em massa, comuns a vários média diferentes, era uma definição muito baseada na tecnologia e na organização, subordinando as considerações humanas. A sua validade tem vindo a ser posta em causa há muito tempo, especialmente como resultado das visões conflituantes discutidas pelo facto de a tecnologia original da produção de massas e de fabrico em série terem elas próprias sido corrompidas por mudanças sociais e tecnológicas. Há que considerar modelos (representações) alternativos, embora não necessariamente incompatíveis com o processo de comunicação pública. Assim, podem distinguir-se pelo menos quatro modelos, aparte da questão de como é que os «novos média» devem ser conceptualizados (Elliott, 1972).

Assim sendo, a discussão destes diferentes modelos de comunicação de massas demonstra a falta de adequação do uso de qualquer conceito ou definição simples da comunicação de massas que assente em demasia no que parecem ser as características intrínsecas ou tendências da tecnologia da reprodução e da disseminação múltiplas. Os usos humanos da tecnologia são muito mais diversos e determinantes do que eram há uns anos atrás. Dos quatro modelos, sintetizados em termos comparativos na tabela 1 apresentada *infra*, o modelo de transmissão é retirado de contextos de instituições mais antigas - educação, religião, governo - e só é realmente apropriado às actividades mediáticas com propósitos instrutivos, informativos ou propagandistas. O modelo ritual ou de expressão é mais indicado para captar elementos relacionados com a arte, o drama, o entretenimento e os muitos usos simbólicos da comunicação. O modelo da captação da atenção reflecte a finalidade central dos média de atrair audiências (numerosas e alargadas) para fins de prestígio ou de receitas. O modelo da recepção lembra-nos que o aparente poder dos média para moldar, expressar ou captar é parcialmente ilusório, uma vez que no final é a audiência que decide (McQuail, 2003).

Tabela 1 - Comparação de quatro modelos da comunicação de massas: cada modelo envolve diferenças de orientação da parte do emissor e do receptor

| | Orientação do | |
|--------------------------------------|----------------------------------|---|
| | Emissor | Receptor |
| Modelo de transmissão | Transferência de sentido | Processamento cognitivo |
| Modelo ritual ou de expressão | Desempenho | Experiência comum Consumação |
| Modelo de publicidade | Espectáculo concorrencial | Captar a atenção Situação de espectador |
| Modelo de recepção | Codificação preferencial | Descodificação diferencial Construção de sentido |

Fonte: McQuail, 2003

Em primeiro lugar, existe um modelo de transmissão que estabelece uma visão particular da comunicação como processo de *transmissão* de uma quantidade fixa de comunicação - a *mensagem* quando determinada pelo emissor ou fonte. O seu sucesso foi o reconhecimento de que a comunicação de massas envolve a intervenção de um novo «papel comunicador» (como o de um jornalista profissional numa organização formal dos média) entre a «sociedade» e a «audiência» (McQuail, 2003).

A sequência não é portanto simplesmente: (1) emissor; (2) mensagem; (3) canal; (4) muitos potenciais receptores. Em vez disso, temos: (1) acontecimentos e «vozes» na sociedade; (2) papel do canal/comunicador; (3) mensagem; (4) receptor. Esta versão revista dá conta do facto de que em geral os comunicadores de massas não originam «mensagens» ou comunicação, antes *transmitem* a uma audiência potencial a sua própria interpretação (notícias) de uma selecção de acontecimentos ocorridos no contexto social, ou permitem acesso aos pontos de vista e vozes de alguns (promotores de opiniões, publicitários, artistas e escritores) dos muitos que querem chegar a um público mais vasto (McQuail, 2003).

Em segundo lugar, coloca-se um modelo ritual ou expressivo que continua a ser uma representação útil da racionalidade e da intervenção geral de alguns média em algumas das suas funções (especialmente os meios noticiosos generalistas e a publicidade). É contudo incompleto e enganador como representação de muitas outras actividades mediáticas e da diversidade dos processos de comunicação que estão a operar. Uma razão para a sua fragilidade é a limitação da comunicação ao tema da «transmissão» (McQuail, 2003).

Em terceiro lugar, estabelece-se uma comunicação como processo de chamar a atenção do receptor: um «modelo publicitário». Além dos modelos de transmissão e de ritual, esta terceira perspectiva capta outro aspecto importante da comunicação de massas, que pode ser sumariamente etiquetado como *modelo publicitário*. Muitas vezes o objectivo principal dos média de massas não é transmitir uma dada informação, nem unir o público nalguma expressão de cultura, crença ou valores, mas simplesmente captar e manter a atenção visual ou auditiva. Ao actuarem assim, os média atingem um fim directamente económico: ganhar receitas de audiência (uma vez que atenção = consumo, para muitos fins práticos) e receitas indirectas de vender (a probabilidade de) atenção da audiência aos anunciantes (McQuail, 2003).

Assim, adoptando implicitamente o modelo de transmissão como norma, «a comunicação de massas pode ser acusada de não ser de toda comunicação» no sentido «da transferência ordenada de sentido». É mais provável que seja «espectacularização» e que a audiência dos média seja mais um conjunto de espectadores do que de participantes ou receptores de informação. A atenção como um facto é muitas vezes mais importante do que a atenção como qualidade (que só raramente pode ser medida de forma adequada (Elliott, 1972).

Em quarto lugar efectua-se uma codificação e descodificação do discurso dos média: um modelo de recepção. Este modelo tem a sua origem na teoria crítica, na semiologia e na análise do discurso. Localiza-se mais no domínio das ciências da cultura do que nas ciências sociais e está muito ligado ao crescimento da «análise da recepção». Desafia as metodologias dominantes da investigação empírica das ciências sociais sobre as audiências e também os estudos humanísticos de conteúdo, porque ambos falham em dar conta do «poder da audiência», em atribuir significado às mensagens (Rosengren, 2000).

A essência da «perspectiva da recepção» é localizar a atribuição e construção de sentido (derivado dos média) por parte do receptor. As mensagens mediáticas são sempre abertas e «polissémicas» (com sentidos múltiplos) e interpretadas de acordo com o contexto e com a cultura dos receptores. Na antecipação da análise da recepção esteve uma variante convincente da teoria crítica formulada por Stuart Hall (1980), que dá ênfase aos sentidos de transformação que qualquer mensagem mediática percorre no seu caminho, das suas origens à sua recepção e interpretação. Foi inspirar-se, mas desafiou também, os princípios básicos do estruturalismo e da

semiologia que presumiam que qualquer «mensagem» significativa era construída por sinais que podiam ter sentidos denotativos e conotativos, dependendo das escolhas feitas pelo codificador (McQuail, 2003).

Tendo em conta os elementos anteriormente enunciados, e considerando a evolução do tempo, os novos média não se preocupam apenas, nem principalmente, com a produção e distribuição de mensagens, mas estão, pelo menos, igualmente preocupados, com o processamento, a troca e a armazenagem. Os novos média tanto são uma instituição de comunicação privada, como pública, e são regulados (ou não) de acordo com isso. A sua intervenção não é tipicamente profissional, nem organizada burocraticamente, da mesma forma que os média de massas, sendo estas as semelhanças significativas, que sublinham o facto de os novos média corresponderem aos médias de massas, sobretudo por serem largamente difundidos (McQuail, 2003).

O aspecto mais fundamental da tecnologia da informação e da comunicação (TIC) será provavelmente a *digitalização*, pela qual todos os textos (significados simbólicos em todas as suas formas codificadas e registadas) podem ser reduzidos a um código binário, e partilhar o mesmo processo de produção, distribuição e armazenagem. A consequência potencial mais amplamente notada para a instituição dos média é a *convergência* entre todas as formas existentes de média em termos da sua organização, distribuição, recepção e regulação. A instituição geral dos média de massas sobreviveu também como elemento distinto da vida pública social. Os «novos média electrónicos» podem em princípio ser vistos mais como adição ao espectro existente, do que como a sua substituição (Carey, 1989).

Porém, a comunicação pública permanece como dantes. Os valores centrais do liberalismo, democracia, trabalho, direitos humanos e mesmo a ética da comunicação evoluem, em vez de colapsarem no final do século xx. Permanecem os mesmos velhos problemas tratados por esses valores, incluindo a guerra, a injustiça, a desigualdade e o crime (McQuail, 2003).

No entanto há sinais de mudança no percurso, quando olhados da perspectiva da comunicação. Três aspectos chamam a atenção, um é o redesenho das fronteiras sociais (e culturais) que a formação de redes encoraja, outro é a transformação potencial da comunicação política (na realidade, das políticas), no amplo sentido, onde os velhos meios «de alocação» parecem ter tido um desempenho menos bom e, em terceiro lugar, existe o declínio do espaço público partilhado, embora seja difícil

quantificá-lo, em parte resultado dos desenvolvimentos da comunicação e dos processos da informatização e também por causa da fragmentação de padrões culturais antes comuns (McQuail, 2003).

A internet é um dos elementos que constitui um sinal de mudança, pois, transgride os limites dos jornais e dos modelos de rádio, por permitir conversações múltiplas, tornar possível a recepção, alteração e redistribuição simultânea de objectos culturais, deslocar a acção de comunicação das fronteiras da nação para as relações dos territórios espaciais da modernidade, providenciar contacto global e instantâneo, e inserir o sujeito moderno/pós-moderno num dispositivo maquínico em rede (McQuail, 2003).

Porém, Livingstone (1999) afirma que o que é novo na Internet, será a combinação da interactividade com características que eram inovações para a comunicação de massas numa gama ilimitada de conteúdos, a dimensão da audiência atingida e a natureza global da comunicação. Sendo que, este ponto de vista sugere mais extensão do que substituição.

Todavia, tem havido numerosas tentativas para caracterizar os novos média, em especial a Internet, mas têm sido difíceis pela incerteza sobre os seus usos futuros e formas institucionais. O computador aplicado à comunicação produziu possibilidades diferentes mas nenhuma das quais dominante (Postmes, 1998).

Assim, torna-se vital compreender os modelos de comunicação utilizados para explicar o processo da comunicação humana.

O primeiro modelo, e o principal, utilizado para explicar a comunicação surgiu em 1949, por Claude Elwood Shannon e Warren Weaver, seguindo um conceito básico, a comunicação é o processo de envio e recebimento de mensagens ou a transferência de informação de uma parte (remetente) para outra (receptor) (Crag, 1999).

2.2.1. NO CAMPO DAS CIÊNCIAS SOCIAIS E DAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

Quando, na área das ciências da comunicação, se aborda a relação entre a comunicação e a ciência, fala-se já de uma diversidade e multiplicidade de mediações entre ciências. Uma parte significativa dos estudos em ciências da comunicação, sobre a comunicação e a ciência, têm-se centrado nos média (Guimarães, 2009).

No entanto, o estudo da relação entre a comunicação e a ciência vai muito para além dos média. Este estudo incide também sobre a educação formal sobre a comunicação que tem lugar nos museus, nas exposições, nos centros de ciência e em múltiplas outras áreas ou dimensões fundamentais. Ademais, os estudos da ciência da comunicação relacionam-se com outras áreas sociais, como a política, a economia, com estilos de vida, sendo possível perspectivá-lo através de muitas outras abordagens e domínios das sociedades actuais, dado que a ciência tal como a conhecemos, com seu “efeito de verdade” e a sua autoridade social, está presente em múltiplos outros campos (Guimarães, 2009).

Em conformidade, o conceito de comunicação é difícil de delimitar e definir (Clark, 1969).

Contudo, a comunicação é indispensável para a sobrevivência do ser humano, e, conseqüentemente, para a formação e coesão das comunidades, sociedades e culturas, sendo, por isso, considerada como uma ferramenta estratégica pela maioria das organizações que integram o nosso sistema social (Clark, 1969).

Comunica-se para satisfazer necessidades e estas podem ser de diferentes tipos: básicas, de segurança, sociais, de auto-estima, de actualização pessoal, entre outras (Clark, 1969).

A intencionalidade é uma das características básicas da comunicação. Assim, quando alguém toma a iniciativa de comunicar, tem necessariamente alguma intenção (Clark, 1969).

A comunicação assenta, pois, em duas proposições fundamentais a ter em conta, nomeadamente, a comunicação enquanto processo, em que comunicadores trocam propositadamente mensagens codificadas (gestos, palavras ou até mesmo imagens) através de um determinado canal e num determinado contexto, que gera determinados efeitos, e a comunicação como actividade geral, onde os cidadãos imersos numa dada cultura, criam e trocam significados, respondendo assim à realidade do seu quotidiano (Fiske, 1982).

Por outro lado, a palavra processo designa um fenómeno que apresenta contínuas mudanças no tempo (Bell, 1991).

Pelo que, a comunicação é também considerada um processo porque, precisamente, se desenvolve num espaço e tempo contínuo, onde múltiplas variáveis coexistem (Clark, 1969).

Desta forma, os elementos existentes no processo de comunicação podem entender-se como variáveis que se apresentam ao longo do processo, com contínuas mudanças no tempo enquanto interagem entre si (Clark, 1969).

A mensagem, em si, surge enquanto informação ou ideia que se deseja passar no processo de comunicação e pode ser definida como uma ordenação de signos, com o objectivo de transmitir uma determinada informação (Hamelink, 1983).

O código constitui, pois, a linguagem através da qual a mensagem é transmitida, devendo ser transmitido num formato a partir do qual possa ser descodificado (interpretado) e compreendido por um maior número de receptores (Hamelink, 1983).

Existem, porém, vários factores que influenciam o processo de comunicação, uma vez que a recepção da mensagem envolve a sua percepção, interpretação e significação. A percepção, depende em larga medida da expectativa e do desenvolvimento intelectual e vivencial do(s) receptor(es) (Clark, 1969).

A comunicação, em si, não tem um princípio e um fim bem definidos, porque a cadeia de causas e a cadeia de consequências de um acto comunicativo, são parcialmente indetermináveis e, de algum modo, infinitas. Assim, o receptor percebe aquelas que são as configurações globais do acto comunicativo (Clark, 1969).

A seu tempo, a omnipresença da técnica na sociedade contemporânea e a evidência generalizada da incerteza e do risco, trouxeram novos objectos de pesquisa teórica e de preocupação pública, ética e também política. Este rápido influxo de inovações tecnológicas fez com que fossem os próprios meios de comunicação a começar a sobrepor-se nas suas funções e formas, tornando a comunicação que proporcionam cada vez mais interactiva, nomeadamente, através da introdução do computador e do multimédia nos seus usos mais comuns (Lasswell, 1948).

2.2.2. A COMUNICAÇÃO E A REALIDADE SOCIAL

Os média «estruturam a realidade» (Lang, 1983), guiando-a, na maioria das vezes, pelas suas próprias necessidades e interesses.

Um dos primeiros exemplos de investigação sobre a relação entre a comunicação e a realidade social foi o estudo de Lang, que teve por objecto a cobertura televisiva da chegada do general McArthur, vindo da Coreia, depois de ter sido chamado a regressar aos Estados Unidos. O estudo mostrou como uma situação discreta e de escala relativamente pequena, se tornou (nas reportagens) em qualquer coisa muito próxima de uma manifestação de massas, de boas-vindas e de apoio, conseguida pela atenção selectiva de câmaras e por comentários realizados nos pontos de maior actividade e interesse. As reportagens procuraram, assim, reproduzir a partir de materiais pouco satisfatórios, uma versão adequada ao que tinha sido previsto como uma grande ocasião (McQuail, 2003).

A maior parte dos efeitos mediáticos deriva de «tendências não intencionais», mas o seu potencial para definir a realidade é muitas vezes explorado com conhecimento e intenção. O termo «pseudo-acontecimentos» tem sido usado para referir uma categoria de acontecimentos mais ou menos fabricados para chamar a atenção ou criar uma dada impressão (McGinnis, 1969).

A encenação desses «pseudo-acontecimentos» é hoje uma tática familiar em muitas campanhas eleitorais (entre outras), sendo certo que grande parte da cobertura mediática da «actualidade» consiste, na verdade, em acontecimentos planeados e desenhados para marcar impressões favoráveis a um interesse ou outro. Sendo que, aqueles que têm maior capacidade para manipular a cobertura da actualidade são aqueles que têm também mais poder, pelo que a tendência para criar estes «pseudo-acontecimentos», existindo, poderá ser involuntária por parte dos média, mas não o é certamente para quem tenta definir a sua própria «imagem» (McQuail, 2003).

2.2.3. O CINEMA DIGITAL E O RECURSO À FACTUALIDADE SOCIAL

Entre a magia e a obsessão, podemos verificar por vezes um enorme fascínio e uma quase intimidade, entre o homem-cineasta e a máquina-cinema. Não se tratam apenas de truques e efeitos, trata-se muitas vezes de apresentar o invisível, de uma profissão de fé no cinema, enquanto dispositivo de mediação das ideias e do mundo (Nogueira, 2010).

A situação social é um factor mais ou menos fixo, na qual se insere uma determinada pessoa, que em função desse factor reúne necessidades próprias, que por sua vez também se relacionam com os média (por exemplo, uma certa informação, lazer,

contactos sociais, etc.). O segundo factor, que constitui a «estrutura dos média de massas», consiste nas possibilidades disponíveis num determinado lugar, que influenciam as circunstâncias económicas e educacionais de uma pessoa. Relacionando entre si estes dois factores, os mesmos levam não só a um padrão regular de comportamento, mas também a uma disposição, tendência ou «conjunto», bastante consistente, a que se chama «orientação mediática» de uma dada pessoa. É um produto que resulta do conjunto da classe social e da experiência mediática passada, e toma a forma de uma afinidade para certos média, constituída por interesses e preferências específicas, hábitos de uso, criando assim expectativas sobre aquilo para que poderão eventualmente servir, etc. (McLeod, 1985).

O cinematógrafo transporta assim um conhecimento e uma epistemologia renovados. Na objectiva cinematográfica vê-se uma “força analítica” que constitui uma das suas “propriedades originais”. Esta propensão para a análise, manifesta-se no muito subtil olhar do vidro. Em certa medida é, também, a subtileza analítica de um olhar que se dirige ao terrível oculto das coisas (Epstein, 1988).

Pelo que, o cinematógrafo deve ter um olho dotado de propriedades analíticas inumanas. Através da câmara de cinema, o cineasta tem todo um olhar renovado, de alguma forma até purgado, que se oferece perante ele e, mais tarde, transmitido ao espectador. O olho da câmara vê diferente do olho humano. Em certa medida, revê a visão humana, as suas rotinas e convenções. Este novo olhar é o fundamento do cinema puro e esta pureza fundamental é, intrinsecamente, de índole técnica, o que dispensa ou desafia toda uma tradição. É um olho sem preconceitos, sem moral, alheio a influências, que vê nos rostos e nos movimentos humanos traços que nós, carregados de antipatia e de simpatia, de hábitos e de reflexos, não vemos (Epstein, 1988).

2.2.4. NA ÁREA DO MULTIMÉDIA

O conceito de multimédia consagra um denominador informático comum que se traduz na reunião de elementos da área videográfica, audiográfica, criptográfica e da imagem de síntese, que após o abandono da sua “estrutura atómica”, passam a ser convertidos à unidade mínima de informação (o *bit*) e onde são reorganizados numa nova entidade que incorpora características de todos os seus componentes iniciais,

mas que tende progressivamente a afirmar-se como médium, com personalidade própria e características definidas (Burnett, 2003).

O termo "multimédia" tornou-se numa nomenclatura utilizada para uma grande variedade de novas tecnologias de comunicação e qualifica-se, sem dúvida, como uma das chaves da década passada, juntamente com frases igualmente na moda como "ciberespaço" e "realidade virtual" (Burnett, 2003).

Os usos de multimédia estão a aumentar rapidamente, o seu poder de apresentar informações de maneira tão rápida e a sua capacidade de condensar diversos recursos num só meio de comunicação, permite a criação de ambientes de aprendizagem muito mais ricos. No passado, um professor ou um aluno, teria que consultar várias fontes e utilizar vários meios de comunicação para ter acesso às informações necessárias, sendo que actualmente pode ter todo o tipo de informação compactada na Internet, através dos vários meios multimédia (Brunstorm, 2003).

A principal característica do multimédia é a integração de vários tipos de dados multimédia (scripto, imagens, áudio, gráficos, etc.), possibilitando um elevado grau de interactividade ao utilizador (Brunstorm, 2003).

A introdução do multimédia nas ciências da comunicação permite a estratificação, a modularidade e a manipulação facilitada da informação. A estratificação, diz respeito ao facto dos utilizadores poderem encontrar mais informações sobre um determinado facto; enquanto a modularidade, diz respeito à multi-representação da informação, que pode agora ser encontrada sob a forma de textos, figuras, ilustrações, fotos, vídeos, animações, sons ou outros; e a manipulação da informação em multimédia permite ao utilizador montar diversos conjuntos de informações (Brunstorm, 2003).

Entretanto, a digitalização, bem como, a velocidade, estão na base do desenvolvimento do multimédia, onde a informação é disponibilizada em diferentes formatos e por diversos meios de transmissão (Cardoso, 2007).

De modo a tornar possível a transmissão de conteúdos, a Modelagem Conceptual permite a criação de bancos de dados multimédia, sendo uma técnica de finalidade geral, a qual poderá ser aplicada em diversas áreas (Burnnet, 2003).

A Conceptualização é um processo pelo qual o conhecimento das pessoas é formado e organizado. Os resultados de conceptualização são conceitos ou concepções

fracamente organizados, porque os conceitos não são classificados como entidades, atributos ou relacionamentos. Esse tipo de classificação é um esquema de sobreposição e não uma característica intrínseca do conhecimento. Obviamente, um diferente tipo de classificação é possível e depende do objectivo global do processo de concepção (Burnnet, 2003).

2.3. TIC – TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E MULTIMÉDIA

As TIC compreendem todas as tecnologias que interferem nos processos informacionais e comunicativos do ser humano. Podem ser entendidas como um conjunto de recursos tecnológicos integrados entre si, que proporcionam por meio das funções de *hardware*, *software* e telecomunicações, a automação da comunicação nos processos de negócios, de pesquisa científica, de ensino e de aprendizagem (Moran, 2007).

A convergência das tecnologias de informação, do audiovisual e das comunicações abre perspectivas com importante impacto positivo na transmissão do saber, na divulgação da cultura e da língua, nos processos de aprendizagem, na eficiência da administração pública, na integração de cidadãos com necessidades especiais, na gestão das organizações, nos meios de entretenimento, na comunicação social, na interacção entre grupos de cidadãos e na inovação de processos democráticos (Coelho, 2000).

Desta forma, a Tecnologia da Informação (TI) tem um papel significativo na criação desse ambiente colaborativo e, posteriormente, na gestão do conhecimento. Porém, é importante ressaltar que a tecnologia da informação desempenha o seu papel promovendo somente a infra-estrutura, uma vez que o trabalho colaborativo e a gestão do conhecimento envolvem também aspectos humanos, culturais e de gestão (Silva, 2003).

Em paralelo, desenvolvem-se novas actividades económicas na prestação de serviços na rede, nas comunicações, no comércio electrónico, no desenvolvimento de conteúdos, no entretenimento, no multimédia, no *software*, no audiovisual e em múltiplas actividades que se integram na chamada economia digital (Coelho, 2000).

Nas sociedades mediatizadas, como são as nossas, a interacção social tem vindo a assumir novas formas e modalidades, em função das tecnologias de informação.

Acontece que tal situação nem sempre tem sido tida em conta pelos estudiosos da interacção social (Serra, 2008).

Todavia, a produção de conteúdos multimédia não é um negócio fácil. A espiral da inovação tecnológica muda continuamente as cadeias de valor e modelos de negócios, sendo essa a realidade de muitos sectores da indústria das TIC, que é particularmente relevante para aqueles que lidam com o conteúdo criativo e as aplicações inovadoras (Bruck, 2008).

Em função dessa inovação contínua, cada nova onda de inovação tecnológica tem um impacto imediato sobre a cadeia de valor, encurtando todos os ciclos de produção e distribuição de materiais, bem como, todos os ciclos de criação e do design. Os efeitos são claramente visíveis na indústria de hardware quando se olha para o sucesso da Dell e para o desaparecimento da IBM ou da Compaq. Sendo que, essa inovação contínua gera também um grande impacto na indústria de *software*, onde as mudanças no ciclo de desenvolvimento de software são ainda mais rápidas (Bruck, 2008).

Os softwares integram o sector a focar quando se pretende falar sobre os efeitos da espiral de inovação. Este sector está no topo das muitas camadas que constituem a tecnologia, e a sua indústria de conteúdos é constantemente actualizada pelos utilizadores a partir de uma rede. Sendo, no entanto, no hardware que se aloja todo o software (Bruck, 2008).

As tecnologias que asseguram a difusão de conteúdos e de produtos são cada vez mais alvo de grandes investigações, encontrando-se, por isso, em constante desenvolvimento, do qual resultam a criação de redes mais rápidas, novas plataformas, produtos intensivos de *software*, aplicações de realidade virtual, gerenciamento de base de dados, etc. (Bruck, 2008).

O rápido influxo de novas inovações tecnológicas faz com que os meios de comunicação comecem a sobrepor-se nas suas funções e nas suas formas, permitindo um maior controlo pelo utilizador, ou, dito de outra forma, têm-se convertido numa comunicação mais interactiva (Burnett, 2003).

Em função desse desenvolvimento, a utilização do multimédia é hoje possível e acessível a muitos, devido ao aumento da capacidade de armazenamento e da

velocidade de processamento do *hardware*, que levou a uma redução do tamanho dos produtos, bem como, dos seus custos. O que gera um aumento no desempenho dos produtos e na disponibilidade para a sua utilização por parte dos utilizadores (Burnett, 2003).

O computador, como um desses produtos, é uma máquina de linguagem porque é programável. Sendo um meio que pode criar qualquer outro meio digital. A partir desta definição, é fácil perceber o desenvolvimento técnico e rápido do computador como o meio próprio para a designação daquilo a que chamamos hoje de multimédia (Brunstrom, 2002).

Para fins heurísticos pode argumentar-se que a base da multimédia tem por base duas ciências distintas: as ciências da comunicação e as ciências da computação. As definições e as raízes da ciência da comunicação derivam das ciências sociais e humanas, as chamadas "ciências leves", pelo contrário, a história da ciência da computação é encontrada principalmente nas "ciências duras". Por vezes, esta distinção é definida como a diferença entre Arte e Ciência (Brunstrom, 2002).

A palavra multimédia designa uma forma de comunicação que efectua a transmissão da mensagem por intermédio de vários meios, que definem a própria mensagem. Esta noção está de resto implícita na própria palavra, que é composta por duas partes, o prefixo *multi* e a raiz *média*. O prefixo *multi* provém da palavra latina *multus* e significa "numerosos" ou "vários". A raiz *média* é o plural da palavra latina *medium*, um substantivo que significa "meio", "centro" ou o "intermediário". Assim, partindo apenas da análise etimológica, pode-se concluir que a palavra "multimédia" significa múltiplos intermediários ou múltiplos meios (Ribeiro, 2009).

A definição básica de multimédia consiste na média em que os dados espaciais (texto, imagem e som) são cruzados com dados temporais (voz e vídeo), por meio de um objecto unificador, o computador. Com base nesta noção, advém uma definição muito mais ampla, com o acento sobre a transformação dos meios de comunicação. A revolução tecnológica que originou essa transformação é vista como resultado do desenvolvimento dos vários tipos de média. Os computadores, devido às linguagens de alto nível, tais como *HyperTalk*, *Lingo* e *Java*, que permitem agora que os produtores de multimédia não precisem mais de ser especialistas em informática para criar documentos que combinam texto, som e imagem num disco compacto, numa

memória apenas para leitura (CD-ROM), num CD interactivo (CD-I), num disco Versátil Digital (DVD) ou pela Internet (Ribeiro, 2009).

O Multimédia também pode ser definido em termos de indústria. Neste contexto, pode dizer-se que é o resultado da convergência de várias indústrias "tradicionais", principalmente da informática e das comunicações, dos "conteúdos" indústrias, como o editorial, audiovisual e a gravação de som. Por último, esta revolução tecnológica teve várias consequências políticas e económicas, como a descompartmentalização das indústrias da média, após a desregulamentação do sector de comunicações, a convergência de redes, a globalização das indústrias culturais e a criação de grandes aglomerados multimédia, que controlam o conteúdo e os respectivos veículos (Ribeiro, 2009).

No entanto, as ciências da comunicação e as ciências da computação, apesar de distintas, partilham muitas semelhanças, sendo que algumas delas incluem a transmissão de informações, o uso de meios electrónicos e a representação da informação (por exemplo, a teoria da informação; código mínimo necessário para representar as informações sem perda). A Informática concentra-se em aspectos técnicos de representação, manipulação, transmissão e recepção de informações, enquanto a ciência da comunicação concentra-se nos aspectos humanos dessas mesmas informações (Nilsson, 1999).

A Multimédia provém da combinação, controlada por computador, de texto, gráficos, imagens, vídeo, áudio, animação, com qualquer outro meio pelo qual a informação possa ser representada, armazenada transmitida e processada sob a forma digital, e em que existe pelo menos um tipo de média estático (texto, gráficos ou imagens) e um tipo de média dinâmico (vídeo, áudio ou animação) (Ribeiro, 2009).

Assim sendo, os produtos multimédia podem ser desenvolvidos em vários tipos de média, como disquetes, CD-ROM, CD-I, DVD-ROM, terminais interactivos e redes "fechadas" ou *on-line* (Ribeiro, 2004).

No entanto, os produtos multimédia tendem a ser agrupados em duas categorias mais amplas: média *on-line* e *off-line* (Ribeiro, 2004).

Os produtos *on-line* podem ser consultados através de redes de telefone, cabo ou redes de banda larga conhecidas como "auto-estradas de informação", como a

Internet. Os conteúdos multimédia *off-line* não são transmitidos directamente através de redes, mas são pré-gravados, por outras palavras, eles estão contidos num meio tangível, como uma disquete, um CD ou um DVD (Ribeiro, 2004).

2.4. CINEMA DOCUMENTAL

2.4.1. INTRODUÇÃO

No início do cinema as imagens eram todas captadas de acontecimentos reais, lugares e coisas. As captações realizadas eram curtas, com uma duração de aproximadamente um minuto ou dois minutos, captando, essencialmente, cenas do quotidiano (Thompson, 2002).

Devido à exclusiva captação de acontecimentos reais, o documentário é o género de cinema mais genuíno, uma vez que todas as obras cinematográficas, com excepção do cinema documental, têm enredos ficcionais. Além do facto de ter sido o principal género utilizado pelos irmãos Auguste e Louis Lumière nos primórdios do cinema, não porque fosse o género preferido dos cineastas da época, mas porque as técnicas e métodos de construções cinematográficas eram ainda muito primitivas. Em 1895, os irmãos Lumière tinham como principal objectivo o aperfeiçoamento do material e das técnicas de captura de imagem em movimento, sendo o melhor exemplo da sua maior criação a esse nível, o cinematógrafo. Pelo que, ao nível da construção da narrativa, o documentário foi o primeiro género a ser criado em toda a história do cinema (Thompson, 2002).

O documentário tem por objectivo fundamental o testemunho e a reflexão sobre a realidade, e afirma-se no meio artístico como o pai do cinema. Segundo o autor, o cinema nasceu documentário pela lente dos irmãos Lumière. Sendo que o cinema ficcional, por sua vez, recebeu todo o *glamour*. É relevante salientar que o documentário está presente e cada vez mais activo nas actividades cinematográficas, sendo um importante organismo no que diz respeito ao processo de formação da linguagem do cinema contemporâneo (Baker, 2006).

Por seu turno, o cinema ficcional constrói as suas narrativas baseando-se, maioritariamente, numa “interacção para-social”, que se traduz numa pseudo-interacção que pode ocorrer entre membros da audiência e personagens ficcionais ou personalidades dos média, que envolve um certo grau de perda de contacto com a

realidade, apesar de poder ser uma base que influencia positivamente o comportamento dos visualizadores através da transmissão de morais (Baker, 2006).

Todavia, o cinema documental está mais ligado à informação, que consiste, num sentido geral, ao conteúdo (as mensagens) de toda a comunicação, pelo que, em sentido próprio, é informação. Sendo que essa informação refere-se, em regra, a dados factuais verificáveis, sendo portanto envoltos de uma determinada confiança relativamente à sua veracidade, onde se incluem opiniões, bem como, descrições acerca dos factos que acontecem no «mundo real». Ainda num sentido mais restrito, e de forma precisa, a informação pode ser equacionada com os «dados» comunicados, que fazem (ou são capazes de fazer) distinções num dado domínio da realidade e, portanto, «reduzem a incerteza» do receptor (Baker, 2006).

Desta forma, o documentário apresenta um carácter investigativo, que toma como abordagem o mundo real, englobando questões de cunho político, social, intimista, entre outras reflexões referentes à existência humana. Os documentários mostram aspectos ou representações auditivas e visuais de uma parte do mundo histórico, que significam ou representam os pontos de vista dos indivíduos, grupos e instituições (Nichols, 2001).

Existe sempre uma diferenciação feita entre o cinema documental e o cinema ficcional que é muito discutida por inúmeros autores. Ora, a propósito de um filme de ficção poderemos sempre dizer que é apenas um filme, quando em relação a um documentário tal afirmação afigura-se menos provável. Pelo que, visionar um filme será, então, participar numa experiência de ligação ao nosso mundo com diferenças de grau, com um maior grau de ligação no caso do documentário, sendo menor essa ligação no caso da ficção (Penafria, 2009).

Antes do Neo-realismo, a distinção entre géneros era uma prática a que os próprios filmes não ofereciam resistência e que os espectadores não contestavam. Após esse movimento, tornou-se evidente uma constante interferência entre os recursos típicos do filme de ficção e os recursos típicos associados ao documentário. Pelo que, nada impede que ambos os filmes recorram a procedimentos narrativos, formais e estéticos, que em vez de serem próprios deste ou daquele género, são próprios do cinema (Penafria, 2009).

No entanto, ao documentário atribui-se uma faceta de realismo que o difere do cinema ficcional. Este género, o documentário, nega quaisquer actores treinados e não recorre às vantagens da encenação, justificado a utilização de todos os artifícios conhecidos para aplicar determinado efeito sobre o espectador (Barnouw, 1993).

Sendo o documentário um género diferente dos demais géneros cinematográficos, a sua realização também difere em determinados aspectos. Para o realizador do documentário a aparência das coisas e das pessoas é apenas superficial, pois é no sentido da coisa e do significado subjacente à pessoa, em que se centra a sua atenção. A abordagem conceptual do cinema documental e do cinema ficcional é bastante diferente, não devido ao seu desprezo pela caracterização, mas devido à finalidade com que as peças são construídas (Barnouw, 1993).

Portanto, pode definir-se o documentário como uma montagem cinematográfica de imagens visuais e sonoras dadas como reais e não ficcionais. O filme documentário tem quase sempre um carácter didáctico ou informativo, que visa, principalmente, restituir as aparências da realidade, mostrar as coisas e o mundo, tal qual como são (Lovell, 1972).

Entretanto, fazer da realidade, por definição “afílmica”, um critério de distinção entre textos traz, evidentemente, muitos problemas. Pressupõe-se que o filme documentário tem o mundo real como referência, o que postula que o mundo representado existe fora do filme e que isso pode ser verificado por outras vias. A questão é saber se tais provas de autenticidade são internas à obra ou se existem componentes discursivos específicos e suficientemente discriminatórios em relação ao filme de ficção (Lovell, 1972).

O documentário não coloca apenas o problema do universo de referência, ele utiliza as modalidades discursivas, já que pode utilizar as mais diversas técnicas, como cinema directo, sem recorrer a efeitos de montagem, reportagem, actualidades, filmes didácticos e até filmes caseiros (Dancyger, 1997).

Conclui-se, pois, pela análise da evolução da história das formas do cinema, que as fronteiras entre o documentário e a ficção nunca são estanques e que variam, consideravelmente, de uma época para outra (Dancyger, 1997).

2.4.2. A PROPOSTA

Tudo começa com uma ideia, que é no fundo a primeira etapa da criação. Para que essa ideia se torne num filme, deve ser aprofundada e desenvolvida como uma proposta, apresentada num documento, que representa a visão do cineasta de forma prática. Documento esse que irá servir de guia ao longo de toda a fase de produção (por exemplo, para contactos iniciais com entidades interessadas em assegurar o financiamento do filme). A partir daquela proposta, conhece-se a história, os personagens (ou intervenientes/entrevistados), os locais, o orçamento estimado, a duração da produção e seu público-alvo. A proposta é também utilizada como forma de garantir um financiamento pelo trabalho da produção, que apresenta a mesma a eventuais patrocinadores, bem como um método para atrair uma equipa criativa interessada em transformar a ideia num produto final (Block, 2008).

Assim, o realizador e o produtor podem desenvolver uma ideia com um escritor/argumentista, assim como, um realizador pode desenvolver uma ideia com um escritor. O produtor executivo, nesta fase inicial, será o gestor de produção de uma força/equipa criativa. Porém, esta situação pode conduzir a certas complicações, como por exemplo, mesmo que o realizador seja um bom escritor, o processo pode chegar a um ponto em que o produtor executivo sente que a proposta precisa de alterações, sendo que por vezes estas negociações são complicadas, a menos que o realizador seja capaz de colocar o seu ego de parte e concentrar-se no que é melhor para o projecto (Rea, 2010).

Nesta primeira fase, é bastante claro que tudo começa com a ideia e com a consequente elaboração da proposta, porém existe ainda uma etapa fundamental a ter-se em conta, associada aos actos criativos. No caso do género documental, os actos criativos consubstanciam-se numa pesquisa superficial ou menos aprofundada que visa, não só, a apresentação detalhada acerca dos estilos e vertentes que podem ser seguidos, assim como, na realização de investigações e pesquisas acerca da ideia, tendo como propósito delimitar os aspectos a serem abordados, que serão, posteriormente, apresentados a um determinado público. Quanto à proposta e à pesquisa, levanta-se, normalmente, uma questão enigmática semelhante à do ovo e da galinha. Na prática a proposta e a pesquisa estão totalmente interligadas e são feitas normalmente em conjunto. Porém, a proposta é geralmente a primeira a ser

delineada e escrita com detalhe, dada a necessidade de se ter que apresentar a ideia a produtores de televisão, por exemplo (Nichols, 2001).

Habitualmente os argumentistas e/ou investigadores fazem duas perguntas, como escrever uma proposta e o que escrever. Posteriormente devem pensar para onde vai ser enviado o esforço da pesquisa efectuada. No caso de se ter contacto com potenciais patrocinadores ou com os chefes de departamentos de uma televisão, é possível explicar e debater a ideia, o que torna muito mais simples a elaboração da proposta. Quanto, aos investigadores que tentam vender a sua proposta, autonomamente, nestes casos a proposta deve ser formal, de modo, a definir o pensamento com muito mais detalhes (Rosenthal, 2002).

Assim sendo, a melhor regra a ter em conta para apresentar a proposta é optar pela simplicidade, clareza e concisão. Uma proposta resumida pode não ser sempre possível, mas por vezes é a melhor opção. Por exemplo, no caso de propostas a enviar para o National Endowment for the Humanities (NEH), que é uma instituição de concessão de subsídios do governo dos Estados Unidos da América, que se dedica à pesquisa, ao apoio, à educação, à preservação de programas públicos em humanidades, ou para o National Endowment for the Arts (NEA), que é o órgão público dedicado a apoiar a excelência nas artes, fornecendo a liderança em educação artística, são necessárias na grande maioria das vezes centenas de páginas sobre investigações científicas e sociológicas aprofundadas, mas ressalve-se que estes são casos especiais. Em relação a situações mais comuns, como apresentar a proposta a um canal de televisão, poucos editores de comissionamento ou patrocinadores, têm a paciência de ler as propostas que contêm muitos detalhes. Pelo que, nestes casos a proposta deve ser concisa, contendo duas ou três páginas de modo a obter a atenção dos produtores (Nichols, 2001).

A proposta é, antes de tudo, um meio para colocar um filme no mercado. Porém, também deverá servir para muitas outras funções, tais como, esclarecer o pensamento do realizador ou mostrar qual é a sua intenção com a obra que pretende fazer, devendo fornecer informações úteis a todos os tipos de pessoas que intervêm no projecto. Contudo, o objectivo central é o de convencer alguém, provavelmente uma rede de televisão, a comprar o filme (Nichols, 2001).

No entanto, não existem regras absolutas para constituir uma proposta, mas deve ter-se em conta que, geralmente, incluem os seguintes aspectos: o curriculum do

investigador, os seus antecedentes e necessidades, a sua abordagem, forma e estilo, o cronograma de filmagens, o orçamento, a noção do tipo de audiência, de comercialização e de distribuição (Rosenthal, 2005).

Na última fase da elaboração da proposta, e tendo em conta a obrigatoriedade de se ter que criar uma imagem do produto que permita a sua colocação no mercado e possibilite, também, a sua divulgação, de modo a despertar o interesse por parte de um público, elaboram-se os planos da <proposta digital>, que consistem numa elaboração de diversos estudos onde são descritas todas as estratégias que auxiliarão à descoberta do produto por parte de um público, na altura da mediatização do mesmo. Sendo nesta fase que se concebem as propostas para logótipos, *flyers*, *trailers* e todas as propostas para a divulgação do produto, nomeadamente, através de *spots* publicitários a serem divulgados através da imprensa (rádio, televisão, jornais, etc.). Relativamente à exposição multimédia, são desenhadas as estruturas que vão suportar o produto tornando, assim, possível a sua comercialização. Nomeadamente, a construção *sites* dinâmicos, redes sociais, menus de DVD e Blu-ray. (Burnett, 2003).

2.4.3. A PESQUISA

Após a aprovação da proposta, baseada numa pesquisa preliminar, que teve o consentimento do produtor de um canal de televisão ou produtora, sobre aquilo que se pretende salientar com a apresentação do filme, tendo em conta a audiência, a etapa seguinte é pesquisar o assunto em profundidade. Como investigador, é preciso combinar a ousadia penetrante do bom jornalista, com a cuidadosa atenção aos detalhes da investigação e matéria em estudo (Nichols, 2001).

Pelo que, o investigador deve ser observador, analista, estudante, e anotador. Ao longo de um período de estudo que poderá ser curto, demorando apenas alguns dias ou que, pelo contrário, poderá ser maior, decorrendo ao longo de alguns meses, o investigador deve tornar-se num especialista sobre o tema do filme, dado que o assunto que se pretende apresentar pode nunca ter sido abordado, assim como, pode já ser conhecido, pelo que não cometer erros não é uma tarefa fácil, apesar de ser sempre fascinante efectuar a investigação (Rosenthal, 2002).

A pesquisa é, então, um processo sistemático de construção do conhecimento, que tem como metas principais gerar novos conhecimentos e/ou corroborar ou refutar algum conhecimento preexistente. É basicamente um processo de aprendizagem do

indivíduo que a realiza, sobre a sociedade sobre a qual a pesquisa se desenvolve. A pesquisa como actividade regular também pode ser definida como o conjunto de actividades orientadas e planeadas em busca de um conhecimento. Ao profissional da pesquisa (especialmente no campo académico), dá-se o nome de pesquisador (Rosenthal, 2002).

As TIC vieram trazer mais eficácia e eficiência ao pesquisador, na medida em que grande parte dos estudos e informações estão hoje disponibilizadas na internet, através dos processos de digitalização dos conteúdos (Bruck, 2008).

Contudo, apesar da capacidade que existe na actual era da informação de se encontrar grande parte dos estudos disponíveis em bases de dados, *sites* e *blogues* na internet, alguns dos assuntos só podem ser aprofundados e fundamentados após a realização de entrevistas junto dos profissionais das áreas em estudo. Todavia, a pesquisa digital é uma ferramenta essencial na procura dos intervenientes e/ou estudiosos das matérias que se pretendam aprofundar (Bruck, 2008).

Assim, a pesquisa digital proporciona ao pesquisador efectuar um trabalho com forte fundamento, em muito menos tempo que os trabalhos realizados na era analógica, onde grande parte da pesquisa era realizada em bibliotecas e os contactos eram feitos a partir das bibliografias dos livros e estabelecidos através das editoras até se conseguir chegar aos estudiosos. Na era digital toda a pesquisa e contactos são realizados via *on-line*, através de um motor de busca e correio electrónico (Boumans, 2003).

2.4.4. REALIZAÇÃO

O trabalho do realizador é criar ou encontrar as peças que se vão reunir na edição, por forma a fazer um filme completo. Nos casos dos realizadores de cinema ficcional, se uma acção do filme correr mal, esta poderá ser regravada. Porém, no caso dos realizadores de documentários, um mínimo erro na captação da acção poderá já não ser passível de ser emendado, pelo que as responsabilidades aqui são mais significativas. A substância da gravação do documentário difere muito do cinema ficcional, uma vez que nestas produções a captação lida com a realidade (Nichols, 2001).

Assim sendo, o realizador de documentários deve estabelecer uma lista de pontos técnicos elementares para a produção, deve ter a perfeita noção do movimento de câmara, da continuidade da cena, mantendo a acção a decorrer dentro da mesma sequência de gravação. Para além de ter que se preocupar em motivar o espectador, mostrando todos os aspectos que rodeiam a acção, como pormenores arquitectónicos, por exemplo (Rosenthal, 2002).

Sendo fundamental para o realizador de documentários, que este nunca se esqueça da noção de corte, que é essencial para facilitar o trabalho do editor na etapa da pós-produção. Pelo que, o realizador deve conduzir a acção até ao seu limite, evitando erros. Deve, pois, ter a consciência do enquadramento correcto a transmitir, por forma a atribuir mais emoção aos planos captados. Finalmente, e não menos importante, o realizador de documentários deve ter em conta o impacto que as diferentes lentes têm na captação de imagens (Rosenthal, 2002).

Em ambiente digital, o realizador deve ter em conta todos os elementos do argumento, convertendo, assim, as cenas num guião, onde se agrupam e organizam todos os detalhes para a captação de imagens e sons, de modo, a ter a noção de todas as câmaras que são necessárias para a concretização de um processo de gravação multicâmara, tendo em conta os pressupostos anteriormente descritos na fase da pré-produção (Kindem, 2005).

Sendo assim, o realizador deve ter noção de todo o equipamento técnico necessário para a conceptualização de uma produção cinematográfica, tendo em conta as novas possibilidades que o digital oferece, numa óptica relacionada com a captação de imagens cada vez mais fiéis à realidade e com maior capacidade de definição dos objectos captados, tais como, as diversas lentes que se podem utilizar para auxiliar a captação da imagem, associadas às novas características de autonomia do material de produção, tanto ao nível da captação da imagem, sendo possível gravar-se até vinte e quatro horas seguidas de exposição contínua, até às novas possibilidades de captação sonora, cada vez mais sofisticadas (Kindem, 2005).

Deste modo, o realizador deve ter em conta todas as possibilidades que o digital oferece, de modo, a explorar cada vez mais os sentidos do público e, de modo, a criar realidades cada vez mais originais. Pelo que, torna-se necessário recorrer, também, a efeitos especiais utilizados na fase da pós-produção dos conteúdos, por forma a garantir uma maior atractividade do produto, bem como, a tornar determinada

explicação mais detalhada ou fundamentada através de imagens, sons e efeitos criados e processados em ambiente digital, através de *softwares* de edição e manipulação de imagem e grafismos (McKernan, 2005).

O meio digital veio proporcionar aos realizadores uma nova realidade. Os documentários *web*, por exemplo, são documentários interactivos, concebidos por elementos multimédia ou através de uma produção documental que difere da mais tradicional forma de vídeo, áudio e fotografia, pela aplicação de um conjunto completo de ferramentas multimédia. A capacidade multimédia interactiva da Internet fornece aos documentaristas um meio único para criar produções não-lineares, que combinam fotografia, texto, áudio, vídeo, animação e infografia (McKernan, 2005).

Comparando o documentário *web* a uma narrativa linear, onde o destino da história é predeterminado pelo cineasta, aquele oferece ao usuário a experiência de se mover através da história, através de conjuntos de informações (McKernan, 2005).

2.4.5. TIPOLOGIAS DO DOCUMENTÁRIO

No documentário podemos identificar pelo menos seis agrupamentos genéricos, que formataram a história do cinema documentário, cada um com traços e formas distintos (Nichols, 2001).

Autores de referência como Bill Nichols (2007), *Sussex* (1972), Bruzzi (2000) e Michelson (1984), identificaram um alargado conjunto de tipologias de documentário, nomeadamente, o poético, o observacional, o participativo, o reflexivo, o performativo e o expositivo.

Os detalhes das diferentes tipologias do documentário estão disponíveis no glossário da presente dissertação.

2.4.6. GÉNEROS DO DOCUMENTÁRIO

Após a indicação das diversas tipologias do documentário, importa agora referir os respectivos géneros com os seus próprios tipos de caracteres distintivos. Desta forma, na cinematografia documental pode nomear-se seis géneros distintos: a análise social, a análise política, a vida selvagem, as viagens, os documentários etnográficos sobre culturas, povos e costumes e as análises históricas (Nicholas, 1998).

Podemos ainda destacar, relativamente aos géneros de documentários, os de carácter investigativo, que são uma forma de jornalismo, muitas vezes envolvendo o crime, a corrupção política ou a má conduta. Um jornalista investigador/director pode passar meses ou anos a pesquisar e a preparar um documentário. Os documentários de investigação podem ser definidos como filmes que investigam intensamente acerca de uma temática que abordam, com o intuito de expor uma negligência, um erro judiciário ou outras questões controversas (Rosenthal, 2002).

Por seu turno, os documentários de investigação chegam a um público maior, uma vez que eles fornecem opiniões, uma mensagem específica, bem como, factos. Sendo que o público também aprende algo novo sobre esse determinado assunto e isso poderá motivar as pessoas a fazer a diferença. Este género de documentário está inserido dentro da área de negócio do entretenimento informativo (Rosenthal, 2002).

2.4.7. SUBGÉNEROS DO CINEMA DOCUMENTAL

Nos subgéneros do cinema documental, também designados por novos géneros de cinema documental, podemos encontrar o *docudrama*, o *docufiction*, o *rockumentary*, o *mockumentary*, o filme antropológico, o *making-of* e o cinema *vérité*. Estas categorias são subgéneros do cinema documental, na medida em que são vertentes que surgiram mais tarde na história deste género de cinema. Sendo que, algumas das ópticas que se abordam neste tipo de filmes só foram possíveis de se realizar após os avanços tecnológicos das técnicas de captura, e também devido à emergência de novas ideias de conceptualização do cinema documental, que apresentam, assim, novos métodos e estilos de concepção (Nichols, 1997).

Os detalhes dos diferentes géneros e subgéneros do cinema documental atrás inumerados estão disponíveis no glossário da presente dissertação.

2.4.8. EDIÇÃO

Nos documentários que recorrem a arquivos e à reconstituição de cenas ficcionais para complementar a narrativa do voz-off e comprovar as entrevistas, onde o guião é previamente estipulado o processo de edição torna-se bastante simples. A linha da história do filme é dada ao editor, que após a visualização de todo o material recolhido, tem que construir o filme do modo mais aproximado à versão escrita pelo realizador ou guionista (Nogueira, 2010).

Em relação aos documentários constituídos segundo a tipologia do cinema *vérité* (*também conhecido como cinema verdade*), muitas vezes, o editor e o realizador não sabem qual é o ponto fulcral do filme, nem do que se trata concretamente, e muito menos têm o conforto de partir de um começo de trabalho com uma conclusão perspectivada, dado que todas as respostas que necessitam provêm de uma visualização da totalidade dos brutos recolhidos, quer sejam vídeo ou áudio, de modo a perceber que leitura será possível construir a partir dos conteúdos que se possuem e que foram sendo recolhidos de forma directa ou não reflectida (Rosenthal, 2005).

O editor de cinema *vérité* tem que estar preparado para construir o filme dentro da tipologia que o realizador utilizou na etapa da produção do documentário. Pelo que, mesmo que somente numa primeira fase da etapa de pós-produção, designadamente, na da montagem, o realizador tem de estar presente durante esse processo, de modo, a conduzir as tarefas do editor (Rosenthal, 2002).

3. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

3.1. FORMULAÇÃO DA PERGUNTA DE PARTIDA

A melhor forma de começar um trabalho de investigação em ciências sociais consiste em enunciar o trabalho sob a forma de uma pergunta de partida (Quivy, 2005).

Assim, deve exprimir-se o mais exactamente possível, aquilo que se procura saber ou compreender melhor, -A pergunta de partida é, então, o fio condutor da investigação e para desempenhar eficazmente a sua função deve também apresentar qualidades de clareza, de exequibilidade e de pertinência” (Quivy, 2005).

Entretanto, os critérios a considerar são os critérios de avaliação da pergunta de partida (McMilian, 2001), que devem ter em conta: A Exequibilidade (i), o problema tem que ser concretizável; A Relevância (ii), o problema deve ser importante para o estado actual do conhecimento; A Clareza (iii), o problema tem que ser formulado sem termos vagos e confusos; o problema deve dar pistas para o tipo de investigação que se pretende fazer (iv); e, por último, o problema deve, também, fazer referência à população ou à amostra a que respeita, assim como ainda explicitar as variáveis a investigar (num nível moderado de especificações) (v);

Posto isto, a investigação desenvolvida prende-se ao âmbito do cinema documental e as respectivas etapas da sua produção dentro das TIC. A análise basear-se-á numa abordagem do tipo dedutiva geral (teoria) para o particular (dados referentes à investigação em curso) (Quivy, 2005).

A pergunta de partida, para a execução deste estudo, é: “Quais as etapas fundamentais da cadeia de valor do cinema para a produção e realização de cinema documental, tendo em conta as novas perspectivas das TICs?”

3.2. A FASE EXPLORATÓRIA

A fase exploratória de uma investigação é composta por duas partes que são, frequentemente, conduzidas em paralelo: as leituras e as entrevistas, ou outros métodos apropriados (Quivy, 2005).

As leituras exploratórias servem para obter informação sobre as investigações já levadas a cabo sobre o tema de trabalho e, ao mesmo tempo, para se situar em

relação a elas a nova contribuição que se pretende fazer. Por outro lado, a exploração consiste, também, em ler e reler as notas resultantes das entrevistas exploratórias para destacar delas as pistas de investigação mais interessantes (Quivy, 2005).

Deste modo, a observação foi efectuada por intermédio das várias leituras em torno de inúmeras obras, escritas pelos maiores nomes da área da comunicação, do cinema e do multimédia, cuja descrição encontra-se nas referências bibliográficas da presente dissertação.

Foram realizadas, também, três entrevistas exploratórias a realizadores, de renome nacional e internacional na concepção de cinema documental, cuja documentação encontra-se nos apêndices da presente investigação, nomeadamente, um questionário respondido pela Dra. e realizadora Raquel Castro, pelo realizador Bruno de Almeida e pelo realizador Tiago Pereira, a fim de comprovar e validar os estudos realizados para a composição da parte teórica da investigação. Relativamente, à parte prática, foram realizadas oito entrevistas exploratórias tendo em conta a necessidade de se construir um filme documentário para comprovar as metodologias apresentadas na parte teórica da presente dissertação.

3.2.1. AS LEITURAS

A selecção de leituras deve ser feita em função de critérios precisos como as ligações com a pergunta de partida, os elementos de análise e de interpretação, as abordagens diversificadas, os períodos de tempo consagrados à reflexão pessoal ou às trocas de pontos de vista (Clark, 1969).

As leituras servem para justificar os raciocínios e comparar factos de outros trabalhos de investigação.

A revisão da literatura permite, desta forma, saber o estado do conhecimento (*state of the art*) em que se encontra a investigação e tem por objectivo a aquisição de conhecimento científico na área sobre a qual a mesma se realiza, possibilitando o auxílio no encontro da resposta, ou mesmo das respostas, para a problemática em estudo (Clark, 1969).

Os principais objectivos da revisão da bibliografia são a contextualização do estudo, dando-lhe importância comparativa, alargando horizontes e estabelecendo prioridades para as pesquisas (Clark, 1969).

Assim, a selecção de textos para o arranque desta investigação foi efectuada a partir de uma criteriosa concertação de palavras-chave agrupadas posteriormente em fichas de leitura matrizadas em Microsoft Excel, utilizando filtragens adequadas à leitura selectiva.

3.2.2. AS ENTREVISTAS EXPLORATÓRIAS

As entrevistas exploratórias são a técnica de recolha de informações da fase exploratória, que consiste em conversas orais, individuais ou de grupo, com várias pessoas criteriosamente seleccionadas, segundo o grau de pertinência, validade e fiabilidade (Quivy, 2005).

As entrevistas exploratórias não têm como função verificar hipóteses, nem recolher ou analisar dados específicos, mas sim abrir pistas de reflexão, tomar consciência das dimensões e dos aspectos de um dado problema, nos quais o investigador não teria pensado espontaneamente (Quivy, 2005).

A entrevista exploratória visa, desta forma, economizar perdas escusadas de energia e de tempo de leitura, na construção das hipóteses e na observação, tendo, portanto, como função máxima revelar determinados aspectos do fenómeno em estudo, ao qual o investigador não teria chegado pensando só por si. Devem ser realizadas, portanto, a pessoas que, pela sua posição, acção ou responsabilidade, tenham um bom conhecimento do problema. Neste sentido, as entrevistas exploratórias completam utilmente as leituras (Quivy, 2005).

Sendo assim, o correcto enquadramento do tema, na fase exploratória, é relevante, nomeadamente, aquando da fase das entrevistas.

As entrevistas exploratórias realizadas para a presente investigação foram efectuadas com o intuito de se identificarem algumas das etapas de produção e das noções a serem tidas em conta na constituição de um filme documental.

As entrevistas exploratórias foram efectuadas ao realizador e visualista Tiago Pereira, com reconhecido mérito, não só pela sua assídua divulgação da música e património

cultural português, através da associação –A música portuguesa a gostar dela própria”, como pelos seus filmes documentais. Venceu em 2009 o prémio Megafone, que distingue projectos nacionais que estimulam a renovação da música de raiz tradicional.

A segunda entrevistada foi realizada à Dra. Raquel Castro docente universitária, produtora e realizadora, designadamente, do filme –*SOUNDWALKING*”, exibido e reconhecido em vários festivais internacionais.

Por fim, foi entrevistado Bruno de Almeida, realizador e produtor de cinema português, de reconhecido mérito, com prémios atribuídos às suas obras, nomeadamente, ao filme –*A Dívida*”, que ganhou o prémio de melhor curta-metragem na Semana da Crítica do Festival de Cannes, bem como, prémios em festivais na Itália, em Espanha, na Grécia, na Finlândia, no Mónaco, em Portugal e nos E.U.A.. Realizou também uma longa-metragem, –*On the Run*”, que viria a ganhar o prémio de melhor filme no Festival de Cinema de Ourense, em Espanha, tendo sido nomeado para o prémio da Crítica no Festival de Cinema de Paris e para um *Open Palm* nos *Gotham Awards* em Nova Iorque, no ano de 2000.

Os questionários inerentes a estas entrevistas, bem como, as respectivas respostas integrais constituem os apêndices A, B e C da presente dissertação.

3.3. A PROBLEMÁTICA

A terceira etapa metodológica, desenvolvida na presente dissertação, procurou, através da investigação sobre o cinema e do cinema digital no sector da comunicação, perceber como a introdução das novas tecnologias da informação e da comunicação (TIC's) vieram introduzir inovação nas decisões e práticas inerentes à produção e realização do cinema documental em plataformas multimédia.

Esta fase metodológica encontra-se desenvolvida no enquadramento teórico, conforme documentado no Capítulo II da presente dissertação, sobre a designação, comunicação, cinema documental e multimédia.

3.4. O MODELO METODOLÓGICO DE INVESTIGAÇÃO

Assim, em termos metodológicos, após o estudo aprofundado sobre o tema em investigação, são formuladas as hipóteses. Estas são proposições conjecturais que constituem respostas possíveis às questões da investigação (Sarmiento, 2008).

Uma hipótese constitui uma proposição que prevê uma relação entre dois termos, que, segundo os casos, podem ser conceitos ou fenómenos. Uma hipótese é, portanto, uma proposição provisória, pressuposição que deve ser verificada (Campenhoudt, 2005).

Na construção de uma hipótese, Carmo (2008) afirma que deve ser tida em conta a sua formulação, o seu nível de conjectura, a sua respectiva produção, as qualificações e quantificações a que se deve responder e, por último, os diferentes tipos possíveis de hipóteses.

Para que uma hipótese seja científica, devem respeitar-se três requisitos na sua formulação: devem ser formalmente correctas e com conteúdo semântico; toda a hipótese, na sua formulação, deve estar fundada num conhecimento do conteúdo (Carmo, 2008).

3.4.1. A CONSTRUÇÃO DE HIPÓTESES

Entre os diferentes tipos de hipóteses (Quivy, 2005) consideram-se as formuladas por causa-efeito, que estabelecem uma relação entre um primeiro evento e um segundo evento, sendo que o segundo evento é uma consequência do primeiro.

As hipóteses por dedução são as que derivam de teorias como consequência lógica das mesmas.

As hipóteses formuladas por analogia são um processo cognitivo de transferência de informação ou significado de um sujeito particular (fonte) para outro sujeito particular (alvo).

Os critérios de avaliação das hipóteses, para que estas sejam válidas, devem cumprir os seguintes preceitos: obter uma resposta provável ou plausível, ser operacional e possuir um aspecto de generalidade e especificidade, simultaneamente.

E, finalmente, como consequência de toda a temática das hipóteses, estas devem responder conjuntamente a uma referência empírica, comprovável e refutável.

Para o desenvolvimento da presente dissertação, propõe-se o seguinte conjunto de hipóteses:

Hip. 1 - O documentário é uma categoria do cinema, em que os respectivos guiões assentam na análise de factos sociais relevantes;

Hip. 2 – A construção de um produto cinematográfico, categorizado como cinema documental, fundamenta-se em análises quantitativas e qualitativas, apoiadas em entrevistas exploratórias realizadas juntamente com peritos nos estudos realizados;

Hip. 3 - A fase da montagem assume um papel relevante na constituição de documentos em discurso video;

Hip. 4 - A introdução do digital veio criar novas perspectivas ao cinema documental, nomeadamente, a interactividade no âmbito da comunicação multimedia;

A hipótese número 1 foi formulada por indução;

A hipótese número 2 foi formulada por analogia;

A hipótese número 3 foi formulada por recapitulação;

A hipótese número 4 foi formulada relação entre causa-efeito;

No que respeita à hipótese número 1, e seguindo o tópico de formulação por indução, que consiste em afirmar acerca de todos, aquilo que foi possível observar em alguns, ou seja, através de uma amostra definirmos uma teoria genérica, incluindo elementos que não faziam parte dessa amostra/estudo, constata-se que o cinema documental é uma área que exerce uma responsabilidade social em todas as suas produções, contrariamente, ao cinema ficcional, por exemplo, que muitas vezes tem somente um carácter de entretenimento e não tem nenhuma preocupação com a moral ou mensagem que transmite ao visualizador do filme. Para McQuail (2002) a responsabilização pode entrar em conflito com a liberdade. A ideia de responsabilização dos meios de comunicação de massas é, por vezes, embora não necessariamente, associada a ideias de responsabilidade social, dado que

pressupõem relações mútuas entre quem emite e quem recebe informação. Estando, também, fortemente ligada à ideia de existência de um interesse público nos média.

O documentário ou os produtos média em geral, podem ter uma forte interacção social, devido à manipulação dos conteúdos e cenas que é efectuada na narrativa transmitida, designada por interacção para-social. Esta expressão, interacção para-social, é utilizada para designar a pseudo interacção que pode ocorrer entre membros da audiência e as personagens ficcionais ou personalidades dos média, e que envolve um certo grau de perda de contacto com a realidade, que pode ser a base para influência sobre o comportamento (McQuail, 2002).

Tal facto, deve-se também à sua particularidade de comunicação de massas, o termo «massa» denota grande volume, gama ou extensão, enquanto «comunicação» se refere ao sentido de emitir ou receber mensagens. Numa definição anterior Janowitz (1968) dizia que a comunicação de massas compreende as instituições e técnicas pelas quais grupos especializados empregam meios tecnológicos (jornais, rádio, cinema, etc.) para disseminar conteúdos simbólicos junto de grandes audiências, dispersas e heterogéneas. Assim, a palavra «comunicação» é de facto equacionada como «transmissão», vista pelo emissor, em vez do sentido completo do termo, que inclui as noções de resposta, divisão e interacção (McQuail, 2002).

Sendo assim, o documentário deve manter a sua responsabilidade social, que é atribuída aos média de massas em certas teorias normativas da imprensa, e que é baseada em considerações sobre as necessidades da sociedade (democrática), nas obrigações não escritas implícitas na liberdade de publicar, bem como, nos princípios gerais, éticos e morais, relacionados com a verdade e a justiça (McQuail, 2002).

Quanto à hipótese número 2, e seguindo o tópico de formulação por analogia, que se baseia numa inferência ou um argumento de um particular para outro particular, em oposição à dedução, indução e abdução, nas quais pelo menos uma das premissas ou conclusão é geral, conclui-se que no cinema documental verifica-se uma menor flexibilidade na construção do alinhamento das etapas produtivas comparativamente com o cinema ficcional, dado que aquele não pode ser construído sem o fundamento de dados concretos, factos sociais e matérias rigidamente definidas, o que não se verifica na concepção do cinema ficcional (Sales, 2011).

No cinema documental as temáticas que geralmente são abordadas neste formato são reais, impossibilitando uma concepção artística ou livre, relativamente ao material que se pretende capturar para construir o filme. Sendo que, no cinema documental procede-se à estruturação do argumento ao longo de uma investigação exaustiva, construída sob o primeiro argumento elaborado sob a forma de guião, na fase da pré-produção, que serve como mapa para a obtenção dos detalhes finais da investigação e/ou da temática, para a realização das entrevistas exploratórias (Sales, 2011).

Em relação ao cinema ficcional, todo o detalhe da produção deve ser assegurado e pensado na primeira etapa da produção de um filme - pré-produção - dada a necessidade de se elaborar um cronograma que estabeleça todos os procedimentos essenciais para a concretização dos objectivos estabelecidos na óptica de concretização de um argumento. Esse cronograma regula as filmagens, a equipa técnica e o enredo, permitindo que os elementos da produção executiva do filme obtenham uma noção real do custo total da produção (Baker, 2006).

O cinema documental, em relação aos seus custos de produção, torna-se muito menos dispendioso que o cinema ficcional, uma vez que não necessita de um enredo pago que participe assiduamente no processo das filmagens. No entanto, em determinados casos de documentários que recorram à figuração de cenas para constituir a sua narrativa, podem ser mais caras as produções, igualando os custos de uma produção de cinema ficcional (Baker, 2006).

O cinema documental é chamado muitas vezes de – cinema directo – devido ao facto de capturar momentos em tempo real ou acontecimentos que não mais se tornarão a repetir, sendo essa a maior diferença entre o género documental e o género ficcional. A autenticidade das cenas não envolve qualquer tipo de preparação, mesmo no caso de entrevistas. Enquanto no cinema ficcional tudo é trabalhado milimetricamente para que a imagem passada ao público seja a mais perfeita e idealizada possível, tendo em conta todas as etapas do *storyboard*, com os enquadramentos perfeitos, com a luz mais adequada, com determinados ângulos de filmagem (por exemplo: os picados e contrapicados, de modo a atribuir aos actores uma narrativa de superioridade ou de redutivíssimo, respectivamente), onde toda a acção é desenrolada de uma forma previamente estudada e treinada em ensaios gerais (Andrew, 1989).

No que respeita à hipótese número 3, e seguindo o tópico de formulação por recapitulação, refere-se que a montagem é a etapa fundamental para a conclusão da

construção da narrativa de uma produção, tanto documental como de qualquer outra categoria do cinema (Andrew, 1989).

Face à montagem, Nogueira (2010), define como a organização discursiva de acontecimentos ou ideias através da escolha e combinação dos planos, tendo em vista determinados propósitos e efeitos discursivos, sejam eles retóricos, dramáticos, éticos ou estéticos. É nesta etapa que se procede à junção em sequência dos acontecimentos, de modo a ilusoriamente garantir determinada percepção.

A montagem consiste, então, na criação de relações de um plano com os seguintes e/ou os anteriores, seja de que tipo for essa relação de coordenação, de contraste, de contiguidade, de oposição, de semelhança, de implicação e de continuidade, que criam diversas modalidades de sentido, nomeadamente, as metáforas, sinédoques, repetições, hipérboles, elipses, entre outras (Nogueira, 2010).

Na fase de montagem procura-se compreender, caracterizar, explicar ou resolver problemas específicos colocados pela própria condição tecnológica do cinema enquanto forma de expressão, a qual tem necessariamente implicações estéticas: como associar duas imagens frequentemente de natureza completamente heterogénea numa totalidade de sentido pleno, consistente e efectivo. Esta associação de imagens acabaria por ter na noção e no procedimento do *raccord*, a que nos referiremos em pormenor mais adiante, o seu centro nevrálgico (Nogueira, 2010).

No que respeita à hipótese número 4, e seguindo o tópico de formulação por relação de causa-efeito, que avalia a relação entre dois eventos consecutivos, sendo o segundo evento uma consequência do primeiro, constata-se que com a relação entre o digital e o cinema, a exibição dos filmes passa a não estar restrita às salas de cinema privadas, para passar a estar disponível a visualização desses mesmos conteúdos nas próprias casas dos consumidores. Através da criação de acoplação dos conteúdos em DVD, onde o menu de DVD possibilita uma interacção do consumidor com o produto, permitiu-se ver o filme, separado por capítulos, ter acessos aos extras, como *making-of* do filme, entrevistas com os realizadores e/actores, ter acesso a fotografias ou a documentos agrupados num tópico chamado multimédia (Gonzaga, 2009.)

Mais, na formulação destes conteúdos agregados em DVD ou Blu-ray, é possível encontrar-se um *link* (ou endereço electrónico) que permite ao consumidor prosseguir

a sua investigação acerca dos intervenientes ou do enredo que constitui o projecto, através de *hyperlinks* anexados aos produtos. Assim, os utilizadores podem ainda contar com uma viagem através dos *sites* construídos e continuar a sua aventura, desfrutando de jogos *on-line*, disponibilizados via *on-line*, tornando a sua experiência mais larga e com maiores possibilidades de autonomia de escolha e interacção sob os conteúdos (Gonzaga, 2009.)

A interactividade é um dos pilares de qualquer sistema multimédia. Sendo que, a interactividade num ambiente virtual consiste na possibilidade de o utilizador dar instruções ao sistema/meio multimédia através de acções efectuadas sobre este através dos seus objectos. O sistema, em função destas acções, transforma-se e adapta-se, criando novas situações ao utilizador. Assim, o utilizador poderá, por exemplo, movimentar-se num ambiente virtual 3D, efectuando acções sobre os objectos que o compõem. A simples movimentação do utilizador vai implicar que o sistema gere e actualize as imagens do ambiente virtual, correspondentes à nova perspectiva (Bruck, 2008).

3.4.2. A CONSTRUÇÃO DO MODELO DE INVESTIGAÇÃO

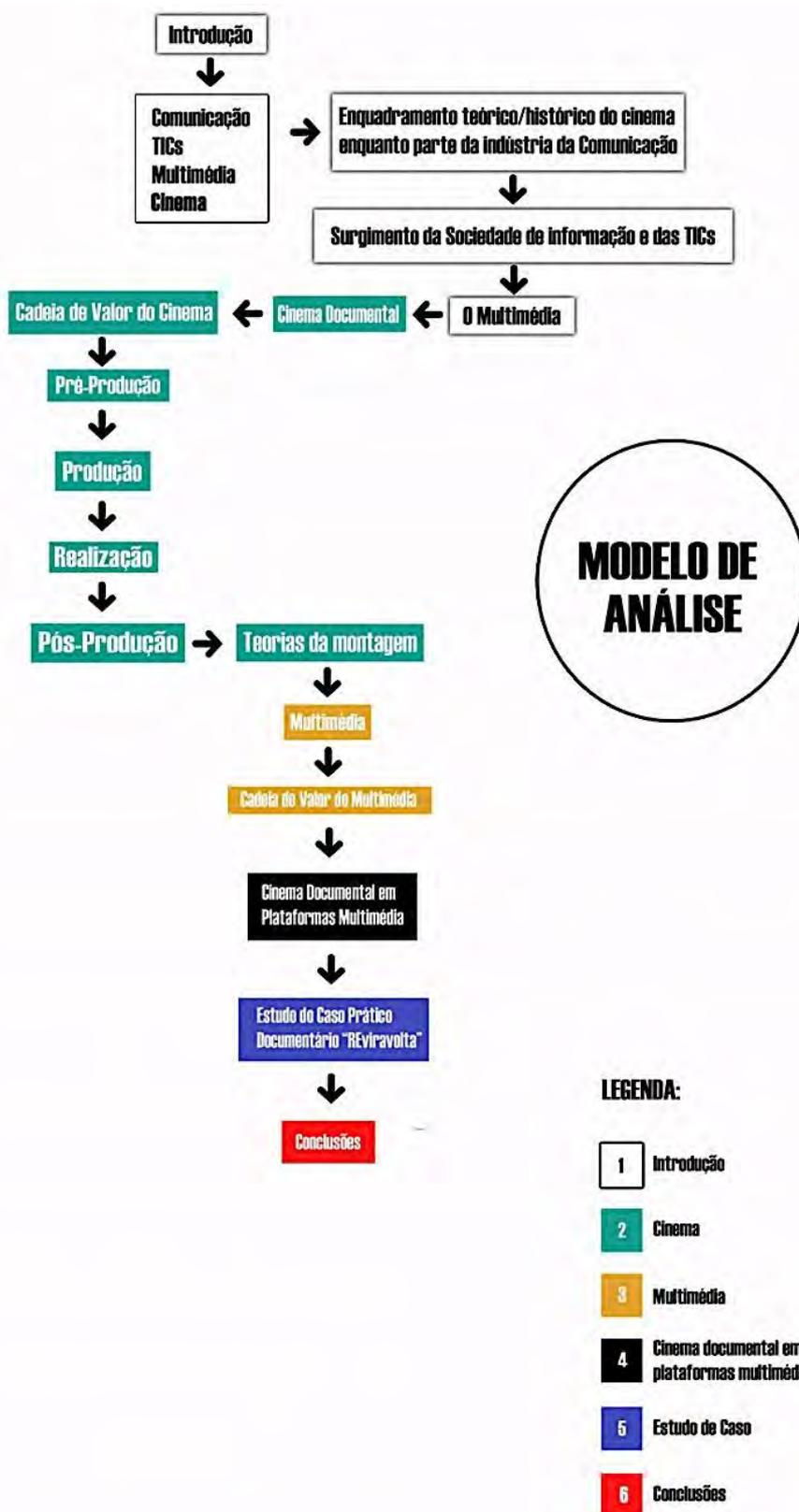


Ilustração 4 - Modelo de análise (Ilustração nossa, 2013)

3.5. OBSERVAÇÃO

A observação é uma técnica de recolha de dados que engloba um conjunto de operações através das quais o modelo de análise é submetido ao teste e confrontado com dados observáveis. É, portanto, uma etapa intermédia entre a construção dos conceitos e das hipóteses e o exame dos dados utilizados para as testar (Quivy, 2005).

Assim, após a observação realizada pode afirmar-se que a introdução do digital no cinema veio criar novas perspectivas para o cinema documental, através das novas possibilidades que a interactividade trouxe aos utilizadores, nomeadamente, a de escolher a programação que desejam visualizar sem terem que esperar por uma programação fixa. A comunicação multimédia permite assim que os utilizadores manipulem a sua própria grelha de programação dos canais que desejam visualizar, sendo possível visualizar programas antigos, retroceder ou avançar no programa que estão a visualizar, assim como, gravá-los para vê-los na altura em que desejarem.

Após verificar os programas específicos dos canais que exibem documentários como programação exclusiva, seleccionou-se dois dos canais mais antigos, nomeadamente, o Odisseia, que emite este tipo de programação desde 1996 e o National Geographic, criado em 1997, por forma a verificar que os documentários exibidos nos mesmos têm todos componentes relacionados com realidades factuais da sociedade.

Por exemplo, no canal Odisseia, o programa intitulado “A Odisseia da Ciência”, possibilita aos espectadores fazerem uma fascinante viagem pelo mundo da ciência, da tecnologia e da inovação, em busca do “extraordinário” que nos rodeia no dia-a-dia, desvendando um mundo que passa despercebido apresentando, assim, realidades interessantes e desconhecidas.

Outro programa que se destaca no mesmo canal é o “Planeta Humano” que demonstra a relação incrível, complexa e difícil entre os seres humanos e a natureza, abordando métodos de sobrevivência desde o Ártico às selvas tropicais, desde as pequenas ilhas perdidas na imensidão do oceano aos desertos queimados pelo Sol, revelando os modos como o ser humano se adapta e sobrevive nos meios ambientes mais difíceis de imaginar.

No canal National Geographic a sua grelha de programação apresenta todas as semanas diversas temáticas relacionadas com a vida selvagem, a história natural, a engenharia, os desastres, a ciência, as viagens, a história, a sociedade, a ecologia e a música.

Tabela 2 - Grelha de programação

| seg 17 | ter 18 | qua 19 | qui 20 | sex 21 | sáb 22 | dom 23 |
|---|--|---|---|--|--|---|
| 19:45 Sobreviver ao Alasca: Animais de Caça Visitar a página | 19:21 Caçadores de Jazidas: Zona Traiçoelra Visitar a página | 19:21 Caçadores de Jazidas: Montanha Instável Visitar a página | 19:21 Caçadores de Jazidas: Tempestade de Neve Visitar a página | 19:21 Caçadores de Jazidas: Descoberta de Uma Vida Visitar a página | 19:18 Nos Bastidores da Máfia Americana: Gottl: Deitar Abaixo a Máfia Visitar a página | 19:18 Homem vs. Youtube Visitar a página |
| 20:32 Presos no Estrangeiro 9: De Hollywood ao inferno Visitar a página | 19:45 Sobreviver ao Alasca: Inferno Vertical Visitar a página | 19:45 Born To Ride: A Força do Cavalinho Visitar a página | 19:45 Born To Ride: Problemas na Pista de Terra Visitar a página | 19:45 Born To Ride: Invasão Britânica Visitar a página | 20:04 Presos no Estrangeiro 9: O Verdadeiro Argo Visitar a página | 20:04 A Terra desde o espaço Visitar a página |
| 21:20 Nos Bastidores da Máfia Americana: Gottl: Jogo Final Visitar a página | 20:32 Presos no Estrangeiro 9: Auto-estrada para o inferno Visitar a página | 20:32 Presos no Estrangeiro 9: O palácio dos horrores Visitar a página | 20:32 Presos no Estrangeiro 9: Rapto Colombiano Visitar a página | 20:32 Presos no Estrangeiro 9: Pesadelo nas Caraíbas Visitar a página | 20:52 Presos no Estrangeiro 9: McCain e Brace Visitar a página | 21:40 O Desafio de Descobrir Marte |
| 22:10 Giullani: Ao Comando do 11 de Setembro | 21:20 Brain Games: Teste o Seu Cérebro: Confronto Geracional Visitar a página | 21:20 Born To Ride: A História das Duas Harleys Visitar a página | 21:20 Presos no Estrangeiro 9: Fugir do Gulag Visitar a página | 21:20 À Procura de Ouro em Yukon: Uma Mão Chela de Ouro | 21:40 Presos no Estrangeiro 9: Fugir de uma Prisão Mexicana Visitar a página | 22:30 Invasão alienígena Visitar a página |
| | 21:45 Brain Games: Teste o Seu Cérebro: Usa-o ou Perde-o Visitar a página | 22:10 Mineiros de Ouro: O Caminho para a Riqueza | 22:10 Burlar Turistas: Cidade do México Visitar a página | 22:10 O melhor de - O Negócio da droga: Situações Extremas | 22:30 Nos Bastidores da Máfia Americana: Gottl: Jogo Final Visitar a página | |
| | 22:10 Experiências Científicas: Fogo e Água Visitar a página | | | | | |

Fonte: National Geographic, 2014

Como um dos exemplos de um programa do canal National Geographic, destaca-se o “Um mundo pesado”, que aborda a temática da alimentação excessiva com que as sociedades actuais se debatem, que afirma e demonstra que os recursos alimentares poderão esgotar-se em 2014, sendo que em 2013 a obesidade tornou-se numa epidemia e numa nova forma de aquecimento global, salientando assim situações factuais de realidade sociais, de modo, a alertar para uma emergência mundial.

Outro exemplo de um programa do canal National Geographic é o “Os anos 80”, que faz uma abordagem aos excessos dos anos 80, através de uma viagem que vai desde os penteados carregados de laca, roupas com ombros e ancas exageradas, até às músicas que tocavam na rádio e a programação da televisão, por forma a mostrar o melhor de uma época inesquecível que perdura na memória daqueles que a viveram.

Pode, assim, afirmar-se após a observação feita à grelha de dois dos canais que exibem exclusivamente documentários e à respectiva programação, que todos os programas, independentemente do canal a que respeitem, têm uma especial componente de alerta e de esclarecimento para problemas e questões relacionadas com factos sociais

3.6. ANÁLISE DE DADOS

Por forma a comprovar a análise sobre a investigação efectuada, verificou-se através de uma análise da tabela número 3, que segue *infra*, o espaço que existe para os canais de documentários nas grelhas de transmissão das principais distribuidoras de canais em Portugal, designadamente, o MEO e a ZON, no ano de 2014.

Tabela 3 - Grelhas de transmissão

| Freq. | Canal | Ordem | Grelha RF Continente |
|--------|-------|-------|--------------------------------|
| 182.25 | CC06 | 1 | RTP1 |
| 196.25 | CC08 | 2 | RTP2 |
| 210.25 | CC10 | 3 | SIC |
| 231.25 | S11 | 4 | TVI |
| 245.25 | S13 | 5 | SIC Notícias |
| 252.25 | S14 | 6 | RTP Informação |
| 259.25 | S15 | 7 | TVI24 |
| 266.25 | S16 | 8 | CMTV |
| 273.25 | S17 | 9 | RTP Memória |
| 280.25 | S18 | 10 | Eurosport |
| 287.25 | S19 | 11 | Disney Channel |
| 294.25 | S20 | 12 | Panda |
| 303.25 | S21 | 13 | Hollywood |
| 311.25 | S22 | 14 | TV Record |
| 319.25 | S23 | 15 | Chelsea TV |
| 327.25 | S24 | 16 | Man. United TV |
| 335.25 | S25 | 17 | Barça TV |
| 343.25 | S26 | 18 | Real Madrid TV |
| 351.25 | S27 | 19 | MCM POP |
| 359.25 | S28 | 20 | SIC Mulher |
| 367.25 | S29 | 21 | SIC Radical |
| 375.25 | S30 | 22 | TV Ficção |
| 383.25 | S31 | 23 | A Bola TV |
| 399.25 | S33 | 24 | Porto Canal |
| 407.25 | S34 | 25 | Q |
| 415.25 | S35 | 26 | Disney Junior |
| 423.25 | S36 | 27 | SIC K |
| 431.25 | S37 | 28 | Panda Biggs |
| 439.25 | S38 | 29 | Jim Jam |
| 447.25 | S39 | 30 | Cartoon Network |
| 455.25 | S40 | 31 | AXN |
| 471.25 | CC21 | 32 | AXN Black |
| 479.25 | CC22 | 33 | AXN White |
| 487.25 | CC23 | 34 | Syfy |
| 495.25 | CC24 | 35 | FOX |
| 503.25 | CC25 | 36 | FOX Life |
| 511.25 | CC26 | 37 | FOX Crime |
| 519.25 | CC27 | 38 | FOX Movies |
| 527.25 | CC28 | 39 | MTV Portugal |
| 535.25 | CC29 | 40 | TLC |
| 543.25 | CC30 | 41 | Fashion TV |
| 551.25 | | | Travel |
| 559.25 | CC32 | 43 | Food Network |
| 567.25 | CC33 | 44 | Fuel TV |
| 575.25 | CC34 | 45 | Motors TV |
| 583.25 | CC35 | 46 | MEO Destaques / MEO Videoclube |
| 591.25 | CC36 | 47 | Eurosport News |
| 599.25 | | | Discovery Channel |
| 607.25 | | | Odisséia |
| 615.25 | | | História |
| 623.25 | | | Biography Channel |
| 631.25 | | | National Geographic |
| 639.25 | CC42 | 53 | VH1 |
| 647.25 | CC43 | 54 | Trace TV |
| 655.25 | CC44 | 55 | MCM Top |
| 663.25 | CC45 | 56 | Afro Music |
| 671.25 | CC46 | 57 | Mezzo |
| 679.25 | CC47 | 58 | EuroNews |
| 687.25 | CC48 | 59 | CNN |
| 695.25 | CC49 | 60 | Sky News |
| 703.25 | CC50 | 61 | BBC World |
| 711.25 | CC51 | 62 | France24 (I) |
| 719.25 | CC52 | 63 | TVE INT |
| 727.25 | CC53 | 64 | Bloomberg |
| 735.25 | CC54 | 65 | TVS Monde |
| 743.25 | CC55 | 66 | BBC Entertainment |
| 759.25 | CC57 | 67 | RTP África |
| 767.25 | CC58 | 68 | Aljazeera |
| 775.25 | CC59 | 69 | ARTV |

| ZON | | | |
|--|--------------------------|--|--|
| A grelha de canais da ZON está organizada por temática, para que tenha uma experiência de zapping intuitiva e aceda de forma imediata aos canais da sua preferência. | | | |
| GENERALISTAS | | | |
| 1 | RTP 1 | | |
| 2 | RTP 2 | | |
| 3 | SIC | | |
| 4 | TVI | | |
| 5 | SIC NOTÍCIAS | | |
| 6 | SIC MULHER | | |
| 7 | TVI 24 | | |
| 8 | RTP INFORMAÇÃO | | |
| 9 | SIC RADICAL | | |
| 11 | RTP MEMÓRIA | | |
| 13 | PORTO CANAL | | |
| 16 | ETV | | |
| SPORT TV | | | |
| 20 | SPORT TV 1 | | |
| 21 | SPORT TV 2 | | |
| 22 | SPORT TV 3 | | |
| 23 | SPORT TV 4 | | |
| 24 | SPORT TV GOLFE | | |
| 25 | SPORT TV 1 HD | | |
| 26 | SPORT TV 2 HD | | |
| 27 | SPORT TV 3 HD | | |
| 28 | SPORT TV 4 HD | | |
| 29 | SPORT TV GOLFE HD | | |
| 30 | SPORT TV LIGA INGLESA HD | | |
| INFANTIL | | | |
| 40 | DISNEY CHANNEL | | |
| 41 | NICKELODEON | | |
| 42 | CANAL PANDA | | |
| 43 | PANDA BIGGS | | |
| 44 | DISNEY CINEMAGIC | | |
| 45 | DISNEY CINEMAGIC HD | | |
| 46 | BABY FIRST | | |
| 47 | CARTOON NETWORK | | |
| 48 | BOOMERANG | | |
| 49 | SUPER RTL | | |
| ENTRETENIMENTO | | | |
| 50 | TVCINE 1 | | |
| 51 | TVCINE 2 | | |
| 52 | TVCINE 3 | | |
| 53 | TVCINE 4 | | |
| 55 | HOLLYWOOD | | |
| 56 | E! ENTERTAINMENT | | |
| 57 | FASHION TV | | |
| 58 | BBC ENTERTAINMENT | | |
| 59 | AXN BLACK | | |
| 60 | AXN | | |
| 61 | MOV | | |
| 62 | FOX LIFE | | |
| 64 | FOX | | |
| 66 | FOX CRIME | | |
| 67 | FX | | |
| ENTRETENIMENTO | | | |
| 68 | FOX MOVIES | | |
| 69 | AXN WHITE | | |
| 70 | TCM | | |
| 71 | TLC | | |
| 72 | MTV PORTUGAL | | |
| 73 | ZONE REALITY | | |
| 75 | TVCINE 1 HD | | |
| 76 | TVCINE 2 HD | | |
| 77 | TVCINE 3 HD | | |
| 78 | TVCINE 4 HD | | |
| 80 | TVSÉRIES HD | | |
| 81 | HOLLYWOOD HD | | |
| 82 | E! ENTERTAINMENT HD | | |
| 83 | FASHION TV HD | | |
| 84 | MOV HD | | |
| 86 | AXN HD | | |
| 87 | AXN BLACK HD | | |
| 88 | FOX LIFE HD | | |
| 89 | FOX HD | | |
| 90 | SYFY HD | | |
| 93 | AXN WHITE HD | | |
| 94 | SUNDANCE HD | | |
| 95 | FOOD NETWORK HD | | |
| DOCUMENTÁRIOS | | | |
| 100 | DISCOVERY CHANNEL | | |
| 104 | MOTORS TV | | |
| 105 | NATIONAL GEOGRAPHIC | | |
| 107 | NAT GEO WILD | | |
| 109 | ODISSEIA | | |
| 110 | TRAVEL CHANNEL | | |
| 112 | CANAL DE HISTÓRIA | | |
| 114 | BIO | | |
| 115 | DISCOVERY HD SHOWCASE | | |
| 116 | NATIONAL GEOGRAPHIC HD | | |
| 117 | NAT GEO WILD HD | | |
| 119 | TRAVEL CHANNEL HD | | |
| 127 | MYZENTV (NATURE) | | |
| 128 | MYZENTV (MUSIC) | | |
| 129 | MYZENTV (COACHING) | | |
| DESPORTO | | | |
| 130 | EUROSPORT | | |
| 131 | EUROSPORT 2 | | |
| 132 | EUROSPORT NEWS | | |
| 133 | FUEL TV | | |
| 134 | THE POKER CHANNEL | | |
| 135 | NAUTICAL CHANNEL | | |
| 136 | NBA TV | | |
| 137 | ESPN AMERICA | | |
| 138 | ESPN CLASSIC | | |
| 140 | GINX | | |
| 141 | TOROS TV | | |

Fonte: Meo e ZON, 2014

Verifica-se, pois, que os canais com transmissão exclusiva de documentários, disponíveis na grelha do MEO são sete, nomeadamente, o Travel Channel, o Discovery Channel, o Odisseia, o Canal História, o Biography Channel e o National Geographic, entre outros canais generalistas que também reconhecem a apresentação de documentários nas suas grelhas de canal, como por exemplo, a SIC Notícias, a TVI 24 horas, entre outros.

Quanto à ZON são onze os canais com transmissão exclusiva de documentários disponíveis na sua grelha, nomeadamente, o Discovery Channel, o National Geographic, o Nat Geo Wild, o Odisseia, o Travel Channel, o Canal História, o bio., o Discovery HD, o Showcase, o Nat Geo Wild HD e o Travel Channel HD, entre outros canais generalistas que também reconhecem a apresentação de documentários nas suas grelhas de canal, como por exemplo, a SIC Notícias, a TVI 24 horas, entre outros.

Sendo assim, após verificar-se o número de canais disponíveis nas grelhas de transmissão do MEO e da ZON, sete e onze canais, respectivamente, podemos afirmar que o digital, nomeadamente, o multimédia, veio proporcionar ao cinema documental uma maior expansão e oportunidades de mediatização, uma vez que este género não é um género habitualmente recorrente nas salas de cinema, que têm como principal objectivo o entretenimento puro do público, através da apresentação de filmes de aventura e acção, por exemplo, e/ou de histórias reais adaptadas ao cinema ficcional.

Todavia, se analisarmos grupos de população mais específicos como por exemplo o das pessoas que detêm contas bancárias verifica-se de acordo com os dados dos estudos da Basef Banca (Estudos e Serviços por empresa da área de Banca & Seguros) e do TGI (Target Group Index) da Marktest, que 43% dos bancarizados consideram os documentários programas de TV muito interessantes.

Entretanto, fazendo-se uma análise pelos clientes dos principais bancos portugueses, e tendo em conta o indicador de afinidade com os média, é possível identificar que os bancarizados e clientes do BES têm uma maior afinidade positiva com o meio Cinema, em comparação com os clientes dos restantes bancos em análise, apresentando o valor mais elevado (111.8). – Cfr. Tabela número 4, que segue *infra*.

Tabela 4 - Penetração dos meios por banco principal

Penetração dos meios por banco principal (%V e Afinidade)

| Meio | Total | | CGD | | Mill. BCP | | S. Totta | | BES | | BPI | |
|----------|-------|-------|------|-------|-----------|-------|----------|-------|------|-------|------|-------|
| | %V | Afin | %V | Afin | %V | Afin | %V | Afin | %V | Afin | %V | Afin |
| TV | 99,8 | 100,1 | 99,9 | 100,1 | 99,8 | 100,0 | 100,0 | 100,2 | 99,6 | 99,8 | 99,8 | 100,0 |
| Imprensa | 93,9 | 98,8 | 92,8 | 98,8 | 94,7 | 100,9 | 95,5 | 101,7 | 94,8 | 101,0 | 95,1 | 101,2 |
| Outdoor | 90,4 | 100,0 | 90,3 | 100,0 | 90,0 | 99,6 | 91,1 | 100,8 | 89,5 | 99,0 | 88,8 | 98,3 |
| Rádio | 85,3 | 97,9 | 83,6 | 97,9 | 85,7 | 100,4 | 87,1 | 102,1 | 85,5 | 100,2 | 86,2 | 101,1 |
| Cinema | 49,4 | 94,3 | 46,6 | 94,3 | 49,1 | 99,4 | 51,4 | 104,1 | 55,2 | 111,8 | 49,8 | 100,8 |

Base (000): Indivíduos bancarizados e clientes do banco principal dos bancos em análise

Nota: O indicador de afinidade é calculado sobre as percentagens verticais, e a afinidade é tanto mais forte, quando mais o valor for superior a 100.

Fonte: Marktest, 2013

Sendo o meio TV o que atinge uma maior fatia da população bancarizada, e tendo em conta a diversidade de programas que ocupam a grelha da programação, com os dados de Fusão BASEF Banca e do TGI, é também possível saber quais os programas que os clientes de determinado banco consideram ser mais interessantes.

Assim, segundo os dados da fusão de BASEF Banca com TGI, o meio com maior penetração junto dos indivíduos bancarizados com 15 e mais anos residentes em Portugal Continental é, como não poderia deixar de ser, a TV (99.8%). Sendo que de acordo com os dados dos estudos Basef Banca e TGI da Marktest, 43% dos bancarizados consideram os Documentários programas de TV muito interessantes.

Contudo, fazendo uma análise pelos clientes do banco principal com que trabalham, e tendo em conta o indicador da afinidade, é possível identificar que os bancarizados cujo banco principal é o BES, têm uma afinidade positiva com o meio Cinema. Em comparação com os clientes dos restantes bancos em análise, são os apresentam um valor mais elevado (111.8) como é possível constatar na tabela *supra* apresenta.

Numa análise por cliente de banco principal, verifica-se que os clientes Caixa Geral de Depósitos (CGD) têm uma afinidade positiva mais elevada com os programas de entretenimento com convidados (115), os clientes do Millenium BCP apresentam valores de afinidade superiores nos programas de desporto (109), os clientes do Santander Totta com os documentários (109,1), os clientes do BES também têm mais afinidade com os documentários (107,8) e os programas de desporto (107.7), enquanto que os clientes do BPI têm uma afinidade mais positiva com os debates (108.6). – Cfr. tabela número 5 que segue *infra*.

Tabela 5 - Raking de programas de TV considerados muito interessantes

Ranking de Programas de TV considerados Muito Interessantes (%V e Afinidade)

| Programa de TV | Total | CGD | | Mill. BCP | | S. Totta | | BES | | BPI | |
|------------------------------------|-------|------|-------|-----------|-------|----------|-------|------|-------|------|-------|
| | %V | %V | Afin | %V | Afin | %V | Afin | %V | Afin | %V | Afin |
| Noticiários | 53,1 | 54,0 | 101,7 | 54,2 | 102,0 | 54,6 | 102,8 | 50,6 | 95,4 | 52,0 | 98,0 |
| Documentários | 43,0 | 42,0 | 97,6 | 43,4 | 101,0 | 46,9 | 109,1 | 46,3 | 107,8 | 43,4 | 100,9 |
| Filmes | 35,9 | 36,1 | 100,5 | 35,3 | 98,3 | 34,4 | 95,8 | 37,7 | 105,1 | 37,6 | 104,7 |
| series policiais/ investigação | 29,9 | 30,1 | 100,9 | 29,8 | 99,7 | 30,7 | 102,8 | 31,5 | 105,4 | 29,6 | 99,0 |
| Desporto | 24,2 | 22,9 | 94,6 | 26,4 | 109,1 | 24,8 | 102,3 | 26,1 | 107,7 | 22,6 | 93,2 |
| Debates | 21,0 | 22,3 | 106,1 | 19,0 | 90,4 | 20,2 | 96,0 | 20,2 | 96,0 | 22,8 | 108,6 |
| Outras series | 15,4 | 15,7 | 101,6 | 14,4 | 93,2 | 14,7 | 95,1 | 16,1 | 104,2 | 16,2 | 105,2 |
| Culinária | 13,0 | 14,0 | 107,7 | 12,7 | 97,6 | 11,2 | 86,5 | 12,8 | 98,4 | 13,1 | 101,0 |
| Prog de entret com convidados | 10,5 | 12,1 | 115,0 | 8,9 | 84,8 | 9,2 | 87,6 | 9,5 | 90,3 | 9,3 | 88,1 |
| Telenovelas | 8,1 | 8,9 | 109,7 | 7,3 | 90,0 | 5,6 | 69,5 | 7,8 | 96,6 | 8,1 | 100,4 |
| Prog sobre noticias cor de rosa | 2,0 | 1,9 | 96,0 | 1,8 | 90,4 | 1,3 | 62,6 | 1,9 | 93,3 | 1,9 | 93,5 |

Base (000): Indivíduos bancarizados que vêem TV (7.191)
Nota: O indicador de afinidade é calculado sobre as percentagens verticais, e a afinidade é tanto mais forte, quando mais o valor for superior a 100.

Fonte: Markttest, 2013

Assim sendo, podemos afirmar que o documentário é um género de cinema com um vasto público sendo, geralmente, em Portugal um público mais instruído e com maior estrutura cognitiva, provavelmente, devido à componente de investigação do documentário que estabelece estudos qualitativos e quantitativos acerca de factos sociais relevantes.

Após a análise dos dados anteriormente apresentados e verificadas as opções de consumo de televisão dos cidadãos portugueses detentores de contas bancárias, que são pessoas com algum poder de compra, conclui-se que o documentário é o género de programação mais procurado pelos mesmos.

Acresce que, após a análise das estatísticas relativas às audiências dos canais por cabo em geral, de documentários em geral e de canais por cabo que se dedicam exclusivamente à transmissão de documentários, fornecidas pela GFK Portugal - Growth from Knowledge ou Crescimento pelo Conhecimento, em português - efectuadas durante os anos de 2012 e 2014, é possível concluir que durante este período as audiências de documentários têm vindo a registar evoluções positivas, mais precisamente de 27.024 mil para 41.328 mil espectadores diários. Sendo que, estas evoluções positivas começaram a tornar-se mais significativas a partir do final do ano 2013, registando uma crescente evolução ao longo do ano 2014. Podendo, assim, afirmar-se que o documentário é um género cada vez mais valorizado pelos

consumidores de televisão, que têm vindo a demonstrar uma maior procura por programas e composições com um teor mais informativo, educativo e instrutivo.

Para uma análise mais detalhada às estatísticas das audiências dos canais que transmitem exclusivamente documentários, através do serviço de transmissão de sinal por cabo, nomeadamente, o Discovery, o National Geographic, o Nat Geo Wild, o Discovery HD, o Showcase, o Odisseia, o Canal História, o Bio., o My Zen.tv Coaching HD e o Discovery Turbo, é possível concluir que quase todos estes canais, apesar de algumas oscilações, registaram uma evolução positiva nas suas audiências, com excepção do My Zen.tv Coaching HD e do Discovery Turbo, que registaram uma evolução negativa. Sendo que, o Discovery Channel ocupa uma posição de destaque, tendo crescido de 9.014 mil para 13.015 mil espectadores entre os anos de 2012 e 2014, sendo, portanto, o canal que registou uma maior adesão relativamente a todos os outros, como é possível confirmar pela análise do anexo E.

Pela análise dos dados de audiência fornecidos pela GFK Portugal, conforme o anexo E, podemos, ainda, afirmar com base na evolução registada entre os anos de 2012 e 2014 que os canais que revelaram um crescimento mais sólido ou com poucas oscilações foram o Discovery Channel (que registou um aumento nas suas audiências de 9.014 mil para 13.015 mil espectadores), o National Geographic (que registou um aumento nas suas audiências de 6.535 mil para 7.689 mil espectadores), o Odisseia (que registou um aumento nas suas audiências de 4.353 mil para 8.287 mil espectadores), o Canal História (que registou um aumento nas suas audiências de 4.330 mil para 5.982 mil espectadores) e o Bio. (que registou um aumento nas suas audiências de 1.144 mil para 3.270 mil espectadores), como é possível constatar no anexo E.

4. O CINEMA, A SUA TIPIFICAÇÃO, OS GÉNEROS E A CRIAÇÃO DE VALOR

4.1. MARCOS DA HISTÓRIA DO CINEMA

É importante referir os principais marcos da história do cinema, de modo, a perceber a evolução das tendências, dos estilos e dos géneros das produções cinematográficas. Nesta etapa da investigação, procedeu-se à identificação dos principais marcos de mudança, relativamente à era analógica e era digital, sem se referir especificamente aspectos técnicos relacionados com as maquinarias e estilos de construção cinematográfica, que permitiram em grande escala que o cinema seja o que é nos nossos dias.

Assim sendo, de modo a seguir o raciocínio geral que apoiou a construção da presente dissertação, optou-se por fazer uma abordagem generalista versando-se, assim, sobre as principais características que marcaram os diferentes períodos do cinema.

O cinema é a técnica e a arte de fixar e de reproduzir imagens que suscitam impressão de movimento, assim como, a indústria que produz as respectivas imagens (Baker, 2006).

Todavia, não se pode dizer que o cinema seja apenas uma construção meramente técnica, apesar de toda a envolvente da concepção do cinema estar organizada por diferentes etapas de produção, as quais serão abordadas mais à frente nesta investigação. Note-se, que a etapa da pré-produção consiste na preparação de propostas de projectos, instalações, sinopses, tratamentos, *scripts*, programações de produção, orçamentos, e *storyboards*. A proposta, tal como já referimos anteriormente, é um resumo de mercado, e é utilizada para promover ou vender um projecto. Sendo, pois, na etapa da pré-produção que a produção cinematográfica mais se relaciona com a comunicação, e onde, no mínimo, se requer alguma noção de comunicação para que seja possível construí-la (Baker, 2006).

Não existe uma data, nem um autor assinalado como detentor da criação do cinema. Para os americanos, Thomas Edison é o criador do cinema devido a todas as evoluções tecnológicas em que trabalhou para a projecção de filmes, designadamente, o cinescópio. Na história, fica registada a primeira projecção pública de filmes, em 28 de Dezembro de 1895, realizada pelos irmãos Lumière, no *Grand Café*, em Paris,

sendo que devido a este facto, os mesmos, são apelidados, desde então, como os pais do cinema (Nichols, 1997).

Esta discussão entre quem inventou o cinema arrasta-se desde há muitos anos e separa a crença de Europeus e Americanos. Contudo, poder-se-á dizer que o cinema, tal como é visto nas suas fases de produção, é uma arte construída a partir de um trabalho colectivo, dividido por várias etapas, desde a sua concepção ou pré-produção até a sua pós-produção e conclusão de produção (Nichols, 1997).

Poder-se-á também afirmar que a história do filme começou no final de 1880 com a invenção da primeira câmara de filmar. As imagens em movimento foram sendo inicialmente exibidas como uma novidade carnavalesca e como o desenvolvimento de uma das mais importantes ferramentas dos meios de comunicação e entretenimento, no século XX e no século XXI. A maioria dos filmes, antes de 1930, era reproduzida sem som, na chamada fase do cinema mudo, sendo muitos deles, ainda nessa época, a preto e branco. Porém, desde então, os filmes cinematográficos têm afectado substancialmente as artes, a tecnologia e a política (O' Connor, 1979).

O cinema era considerado a forma mais eficaz para proporcionar um entretenimento dirigido às massas. Com a invenção do cinema, durante a primeira década da sua existência, muitos inventores trabalharam para melhorar o fabrico das máquinas utilizadas para a exibição de filmes. Desde então, as evoluções foram contínuas, verificaram-se evoluções essencialmente nas técnicas de captura, nas técnicas de produção cinematográfica e até na própria montagem (O' Connor, 1979).

A história da película levou cerca de cem anos para ser alterada. Após um século de domínio da película, concebeu-se a primeira câmara de vídeo digital, passando-se a realizar filmagens durante longos períodos de tempo sem a necessidade de trocar as fitas de película. Estes novos equipamentos tinham ainda a particularidade de também gravarem som e o material era mais barato, mais leve, e a qualidade de imagem e som, para além de serem melhores, eram também sincronizadas, tornado o equipamento fácil de usar (Baker, 2006).

Com a passagem do cinema analógico para o cinema digital, a montagem foi das fases que mais sofreu transformações, na medida em que, agora, todos os processos de montagem e edição não se baseiam mais no corte e colagem da película. Tendo esses procedimentos sido trocados por meios digitais de conceptualização das fontes,

sendo que agora através de processos de digitalização, toda a construção é feita por intermédio de *softwares* especializados (Nichols, 1997).

O cinema digital procura uma qualidade de imagem que seja aprovada pelo cineasta. Um dos principais objectivos da distribuição e da exibição dos filmes passa agora por uma maior definição e reprodução da cor, que seja a mais aproximada possível com a realidade (Swartz, 2005).

No entanto, no cinema digital a intenção de se obter uma cor autêntica não se centra apenas nas fases de distribuição e de exibição. As tecnologias digitais foram também trabalhadas para melhorar a captação de imagem e, conseqüentemente, para ajudar na conceptualização das obras durante o processo da pós-produção. Assim sendo, o cinema digital não teve somente como preocupação a cor final do filme, sendo que também veio permitir a abertura de um novo caminho para a captura de imagens com maior definição, veio diminuir o tempo das produções cinematográficas, bem como, contribuiu para torná-las muito menos dispendiosas, facilitando, assim, não só o processo de pós-produção, mas também permitindo que muitos novos realizadores passassem a compor as suas próprias obras (Swartz, 2005).

Contudo, apesar das diferentes fases que marcam os pontos de viragem da história do cinema, nomeadamente, a transição da fase analógica para a fase digital, o cinema não se resume a isso. O próprio termo, cinema, abrange uma variedade de métodos que tornam possível a concepção de um filme. Sendo que em função dos diversos meios, técnicas e recursos estilísticos utilizados na concepção ou produção de um filme surgem diferentes classificações para o mesmo (Swartz, 2005).

4.2. TIPIFICAÇÃO

Começamos, então, pela tipificação do cinema, mediante a atribuição de uma dada terminologia aos filmes em função da sua durabilidade (Nogueira, 2010).

Assim sendo, podem considerar-se quatro tipos de apresentação a saber:

As longas-metragens são as produções com a maior durabilidade no cinema, não podendo ser obras com uma duração inferior a uma hora. Além de serem as maiores produções, eram também as mais caras devido ao tempo de gravação em película, na altura da era analógica, e continuam a sê-lo devido à duração da produção do próprio

projecto, que conta com a colaboração de um grande número de profissionais e técnicos envolvidos na produção (Nogueira, 2010).

Em segundo lugar, destacam-se as curtas-metragens. Este tipo de produção tem uma duração inferior às longas-metragens e consiste na apresentação de pequenos trechos narrativos que poderiam ser parte integrante de uma longa-metragem, como por exemplo, um capítulo desta. Caracteriza-se, pois, por apresentações que não excedem os quarenta e cinco minutos de filme e é, normalmente, um género muito utilizado pelos novos cineastas devido aos seus custos mais baixos de produção. As curta-metragens foram desenvolvidas para apresentar histórias, ideias ou argumentos mais pequenos e centram-se numa acção principal, não desenvolvendo, geralmente, narrativas paralelas, como acontece no caso das longas-metragens (Nogueira, 2010).

Em terceiro lugar, temos as trilogias que são as produções constituídas por uma colectânea de três filmes, como o próprio nome indica. Um grande exemplo é a trilogia do “Senhor dos Anéis”, que é um dos casos de uma produção cinematográfica que teve por base aquela tipologia (Nichols, 2001).

Por último, existem as tetralogias, que são produções formadas por um conjunto de quatro filmes que englobam, geralmente, as mesmas personagens, mantendo sempre a mesma personagem principal. Neste caso podemos destacar a produção cinematográfica de “Harry Potter” (Nichols, 2001).

4.3. DEFINIÇÃO DE GÉNEROS CINEMATográfICOS

A palavra “género”, proveniente do latim, sempre teve o sentido de categoria ou agrupamento. Em filosofia, ela designa a ideia geral de um grupo de seres ou de objectos que têm características comuns (Aumont, 2001).

Pelo que, o conceito de género pode aplicar-se a conjuntos de obras, utilizando-se para tal critérios mais vastos e diversos (Swartz, 2005).

Relativamente aos géneros cinematográficos, é possível enumerar diversos critérios, tais como, os pressupostos técnicos, a assumpção de determinados programas estéticos, as condições de produção, os cenários, as caracterizações e a eleição de certos temas, que permitem distinguir os diferentes géneros (Swartz, 2005).

Atendendo à extensa colecção de filmes a que podemos hoje ter acesso, os críticos e produtores cinematográficos sentiram a necessidade de organizar e categorizar o cinema em géneros, fortemente ligados à estrutura económica e institucional da produção. Os géneros cinematográficos nunca foram tão claramente definidos como no cinema “clássico” hollywoodiano, em que reina uma divisão do trabalho particularmente bem organizada (Aumont, 2001).

Devido à necessidade de organização do meio cinematográfico, o conceito de género cinematográfico surge ligado a uma categoria classificativa que permite estabelecer relações de semelhança ou identidade entre as diversas obras. Assim sendo, é possível, seguindo um raciocínio genérico, encontrar a génese comum de um conjunto de obras, procurando nelas os sinais de uma partilha morfológica e ontológica (Nogueira, 2010).

Além de que a categorização das várias produções cinematográficas facilitam a procura e a escolha do público.

O cinema pode também definir os seus géneros através da iconografia. A iconografia de género consiste na utilização de recorrentes imagens simbólicas que transportam significados de filme para filme. Pelo que, os objectos e configurações iconográficas muitas vezes classificam um género (Nogueira, 2010).

Os géneros cinematográficos são, pois, categorias, classificações ou grupos de filmes com padrões familiares ou instantaneamente reconhecíveis devido às suas técnicas ou convenções utilizadas, que reúnem uma ou mais características, designadamente, a nível de definição, conteúdo, temas, enredo, motivos, estilos, estruturas, situações, personagens (ou caracterizações) e “estrelas” de cinema (Nogueira, 2010).

Note-se que a identificação de um determinado género haverá de passar inevitavelmente pela identificação de um esquema genérico. Essa concepção esquemática partirá de uma grelha de aspectos que uma obra deve preencher, nomeadamente, quanto ao tipo de personagens retratadas, tipo de situações encenadas, temas correntemente abordados, elementos cenográficos e iconográficos, princípios estilísticos ou propósitos semânticos, por exemplo. Quando este esquema permite identificar um padrão recorrente num vasto grupo de obras, temos então que um género ganha dimensão crítica, ou seja, isto acontece quando um elevado número de qualidades é partilhado por uma elevada quantidade de filmes (Bordwell, 2006).

Atente-se que, as premissas criativas são fundamentais para reconhecer e categorizar o cinema de autor, as construções narrativas permitem falar de cinema documental, a configuração do formato permite identificar a curta-metragem, a função comunicacional permite reconhecer o vídeo musical e a matriz comercial permite identificar o filme publicitário. Assim, pode-se ter uma classificação abrangente dos géneros, a qual em muitos casos se afasta da concepção comum do cinema, apesar de englobar técnicas contíguas como o vídeo ou o digital (Bordwell, 2006).

Apesar das mutações e da instabilidade a que estão sujeitos, podemos afirmar que os géneros possuem funções fulcrais que se relacionam, nomeadamente, com a produção, o consumo, a criação, a crítica, a análise e a divulgação (Aumont, 2001).

No que respeita à produção, os géneros permitem jogar com um repertório de elementos testados e instituídos que criam familiaridade nas expectativas do espectador. Deste modo, originam-se fórmulas ou padrões facilmente aplicáveis e passíveis de segura avaliação prévia, sob uma perspectiva industrial e comercial. Permitem, portanto, antecipar as possibilidades de sucesso e controlar o risco do investimento na produção de uma obra (ou produto, se quisermos) (Aumont, 2001).

Daí que, apesar das mutações que ocasionalmente ocorrem, os géneros tendem a ser, sob um ponto de vista cultural, reiteradamente conservadores, precisamente porque os produtores tendem a minimizar os riscos criativos em função da maximização comercial (Aumont, 2001).

Por sua vez, no consumo, como complemento da produção, podemos dizer que os géneros servem para o espectador organizar a sua experiência cinematográfica através da identificação, discriminação e arrumação dos filmes em categorias em função da cultura cinematográfica que vai acumulando, ou seja, se um filme pertence a um género determinado e exibe algum grau de similaridade com outras obras, ele instaura necessariamente determinadas expectativas para o espectador. Os géneros constituem, portanto, um capital hermenêutico seguro para o espectador, porque conhecer os géneros ajuda-o a interpretar um filme e a escolher o filme que pretende ver com um risco mínimo de engano (Nogueira, 2010).

Em relação à criação, os géneros permitem uma modalidade de aprendizagem fundamental e nada menosprezável: a imitação. A imitação dos clássicos foi, desde

sempre, uma das premissas correntes de julgamento de uma obra ou de um autor, e no cinema não é diferente (Nogueira, 2010).

Para o crítico que procura confrontar, avaliar e julgar cada obra em relação às restantes, os géneros constituem um dispositivo fulcral do seu discurso. É em função do afastamento ou da proximidade de uma obra em relação aos princípios canónicos de um género que o crítico produz o seu juízo de valor (Aumont, 2001).

Enquanto ferramenta de análise os géneros são para o teórico que, num contexto académico, procura compreender e explicar as formas cinematográficas, um fundamento importante da sua reflexão. De certa forma, também aqui as convenções de género servem como quadro de referência, permitindo de algum modo escrutinar o grau de conformidade ou de desvio de uma obra em relação às premissas criativas e ao património canónico que regulam ou delimitam um determinado género (Aumont, 2001).

No que respeita à divulgação, os géneros podem revelar-se de grande utilidade a vários níveis. No discurso mediático - dos livros aos *poster's*, dos *trailer's* ao *merchandising* -, é frequentemente em torno do género que se constrói a visibilidade e a notoriedade de um filme. No trabalho de programação, quer ao nível das cinematecas, quer dos cineclubes, quer das grelhas televisivas ou das bases de dados digitais, as operações são bastante facilitadas pela organização genérica da informação (Schatz, 1981).

4.3.1. OS QUATRO GÉNEROS FUNDAMENTAIS

No que respeita ao cinema, temos, então, uma repartição quadripartida essencial de géneros, são eles o género ficcional, a animação, o documentário e o experimental, sendo que, a estes quatro géneros fundamentais podemos fazer corresponder determinadas funções específicas (Nogueira, 2010).

O cinema de animação baseia-se na propensão para o maravilhoso, atribuí à imaginação um papel absolutamente fulcral no seu processo criativo e na sua pluralidade estética. O que distingue o cinema de animação do cinema convencional, de um ponto de vista técnico, é o facto de no primeiro as imagens serem registadas por fotograma a fotograma e não de uma forma contínua como acontece no segundo,

pelo que a ilusão de movimento criada no cinema de animação não resulta apenas da dinâmica representada em cada imagem (Nogueira, 2010).

Um dos mais ilustres criadores desta forma de expressão dos movimentos entre as imagens, afirma que a animação não é a arte do desenho que se move, mas antes a arte dos movimentos que são desenhados (Schatz, 1981).

Deste modo, utiliza-se o termo animação para designar formas de cinema nas quais o movimento aparente é produzido de maneira diferente da simples tomada de cena analógica. A técnica mais frequente consiste em fotografar, um por um, desenhos cujo encadeamento produzirá automaticamente a impressão de movimento, em virtude do -efeito *phi*' (Schatz, 1981).

O filme de animação foi com frequência considerado pelos teóricos, uma espécie de laboratório figurativo, levando ao máximo as possibilidades da imagem em movimento. Por outro lado, é um revelador ideológico do cinema em geral (Aumont, 1995).

Deste género não resultam quaisquer subgéneros em função do modo como se concepcionam os produtos nesta categoria, uma vez que o método utilizado é sempre o mesmo, sendo que as características que diferenciam os diferentes estilos de animação estão apenas ligados à sua narrativa (por exemplo, a animação da MANGA é diferente das animações da PIXAR, mas estas diferenças não compreendem géneros diferentes, mas sim estilos diversos).

Quanto ao cinema ficcional, este tem por base uma narrativa que faz referência a personagens ou a acções que só existem na imaginação do seu autor e, em seguida, na do seu espectador. Assim sendo, de um modo mais geral, ficção é tudo aquilo que é inventado como simulacro (Aumont, 1995).

O cinema ficcional tem como objectivo essencial o entretenimento e assenta formalmente na narrativa. A ficção é um modo de comunicação dominante nas sociedades contemporâneas, sendo quase hegemónica nas artes do espectáculo. Certas hipóteses teóricas, oriundas da psicanálise freudiana, ligam o desejo de ficção à própria estrutura do psiquismo e mais precisamente, à configuração fundada na diferença sexual e na duplicação narcisista entre o homem e a mulher (Nogueira, 2010).

Dentro do género ficcional existem diversos subgéneros, que são elencados conjugadamente pelos autores atrás referenciados, tais como, o cinema clássico, a acção, a comédia, o drama, o fantástico, a ficção científica, o filme noir, o musical, o terror, o thriller e o western. Entretanto, foram surgindo novos subgéneros, tais como, o filme catástrofe, as artes marciais, os gangster films, os teen movies, os buddy films, o blockbuster, o pastiche, o filme épico, o Home-Movie, o Western Spaghetti, o Kammerspiel, o judicial, o trash, o filme de culto, o série B, o gore, os bloxplation films, a ornoграфия e o mush-up. Este conjunto de categorias encontra-se desenvolvido com algum detalhe no glossário da presente dissertação.

O cinema experimental compreende sobretudo uma expansão e exploração das formas, das técnicas e dos métodos da criação cinematográfica. A designação de cinema experimental permite acolher uma série de obras extremamente distintas entre si, pelo que não é suficiente nem exclusiva (Nogueira, 2010).

Existe neste género uma forte propensão para a criação de um cinema iminente conceptual, ou seja, um cinema de ideias, mais do que um cinema de situações, de personagens, de imitações ou de representações. Daí que, eventualmente, não seja abusivo reencontrar no cinema experimental indícios de um idealismo que poderíamos reportar a Platão ou mesmo a Pitágoras (o que se pode comprovar pela ligação que algum deste cinema experimental estabeleceu de forma privilegiada com a música, a matemática ou a geometria) (Nogueira, 2010).

É no cinema experimental que a arte se interliga à criação cinematográfica, no sentido mais solene e nobre do termo. O cinema experimental não pretende ser apenas um cinema de meras ideias, mas antes de ideias estritamente artísticas, e em muitos casos estritamente cinematográficas. É como se, de algum modo, se procurasse teorizar acerca do cinema, tendo simultaneamente como meio e como matéria o próprio cinema, colocando-o a reflectir sobre as suas próprias condições de produção e de criação (Nogueira, 2010).

O cinema experimental compreende todos os filmes que sejam feitos com orçamentos muito baixos, autofinanciados ou financiados por meio de doações de pequeno porte, com uma “tripulação” mínima ou, muitas vezes, uma “tripulação” de apenas uma pessoa, o cineasta (Rees, 1999).

Dentro deste género existem diversos subgéneros, que são elencados conjugadamente pelos autores atrás referenciados, tais como, a sinfonia urbana, o cinema poema, o *trance film*, o *underground*, o *direct filme* ou o filme de ensaio. Este conjunto de subgéneros encontra-se desenvolvido com algum detalhe no glossário da presente dissertação.

O cinema documental tem como objectivo fundamental o testemunho e a reflexão sobre a realidade, partindo desta. No meio artístico afirma-se por diversas vezes que o documentário é o pai do cinema. É relevante salientar que o documentário está presente e cada vez mais activo nas actividades cinematográficas, sendo um importante organismo no que diz respeito ao processo de formação da linguagem do cinema contemporâneo (Baker, 2006).

Existem diferentes tipologias relativamente ao cinema documental que consistem no modo como o documentário é construído e apresentado. Deste modo podemos salientar a tipologia poética, observacional, participativo, reflexivo, performativo e expositiva (Baker, 2006).

O documentário também é agrupado em diferentes géneros consoante as temáticas que aborda da nua narrativa e investigação, designadamente, a visão sociológica, política, vida selvagem, viagens, documentário etnográfico sobre as culturas, povos/costumes e histórico. Relativamente aos seus subgéneros salienta-se o docudrama, docfiction, rockumentary, mockumentary, filme antropológico, making-of e cinema vérité (Nogueira, 2010)¹.

4.4. CADEIA DE CALOR DO CINEMA

Da investigação desenvolvida sobre as cadeias de valor e após análise da opinião dos diferentes autores analisados, nomeadamente, McKernan (2005), Kindem (2005), Baker (2006). Nogueira (2010), Riggs (2011), Nichols (2001), entre outros, constata-se que de uma forma geral a produção cinematográfica conta com três etapas de produção fundamentais: a pré-produção, a produção propriamente dita e a pós-produção.

¹ Os detalhes dos diferentes géneros e subgéneros do cinema documental estão disponíveis no glossário da presente dissertação.

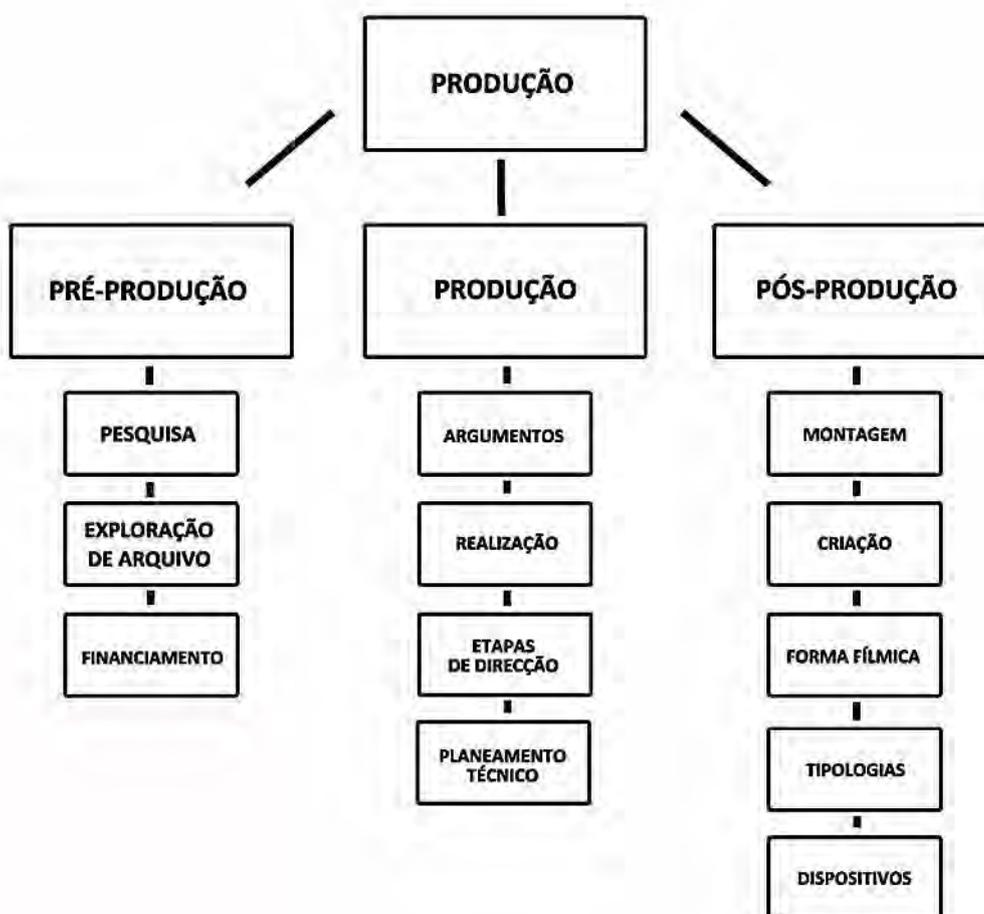


Ilustração 5 - Etapas e elos fundamentais da produção cinematográfica (Adaptação a partir de: McKernan, 2005)

Este ponto da dissertação incide essencialmente sobre os grupos designados por direcção cinematográfica, planeamento técnico, montagem e dispositivos, identificados na ilustração 5, apresentada *supra*, sendo que é possível a consulta de informação mais pormenorizada sobre eles no glossário da presente dissertação.

Porém, antes de avançarmos e por forma a elucidar as etapas da produção, torna-se necessário perceber em concreto a definição de cadeia de valor.

A cadeia de valor desagrega uma estrutura produtiva em actividades estrategicamente relevantes, com o intuito de se compreender o comportamento dos custos e das existentes e potenciais fontes de diferenciação. Uma empresa, por exemplo, ganha vantagem competitiva, com a execução das actividades estrategicamente importantes de forma mais barata, ou melhor, do que seus concorrentes (Porter, 1990).

Em *Competitive Advantage* (1990), Porter afirma que cada empresa é um conjunto de actividades que são executadas para delinear, produzir, comercializar, entregar e

suportar o produto. Todas estas actividades podem ser representadas com a utilização de uma cadeia de valor. A cadeia de valor da empresa e a forma como ela executa actividades individuais são um reflexo da sua história, é estratégia, é abordagem para a implementação da estratégia e dos fundamentos económicos das actividades próprias (Porter, 1990).

Consequentemente, o cinema não possui uma, mas antes duas faces, a arte cinematográfica e a indústria cinematográfica, nunca se decidindo inteira e inegavelmente por nenhuma delas. A arte por um lado e a indústria pelo outro, criam uma tensão que parece insanável, precisamente pelas circunstâncias do próprio nascimento do cinema, que surge próximo da arte, dada a inédita percepção e expressão do mundo que permite e próximo da indústria, dada a sua natureza de reprodução mecânica, de multiplicação virtual interminável da cópia (Epstein, 1988).

Por forma a possibilitar a expansão e até a própria criação em cinema, tornou-se essencial pensar numa indústria cinematográfica. A indústria cinematográfica é composta pelas instituições tecnológicas e comerciais do cinema, ou seja, por empresas de produção cinematográfica, por estúdios de cinema, de fotografia, de produção de filmes, de guiões, de pré-produção, de pós-produção, por festivais de cinema, por empresas de distribuição, de actores, de cineastas e de outros profissionais da equipa de filmagem e da produção na sua totalidade (Rea, 2010), tal como pode verificar-se na ilustração número 6 que segue *infra*:

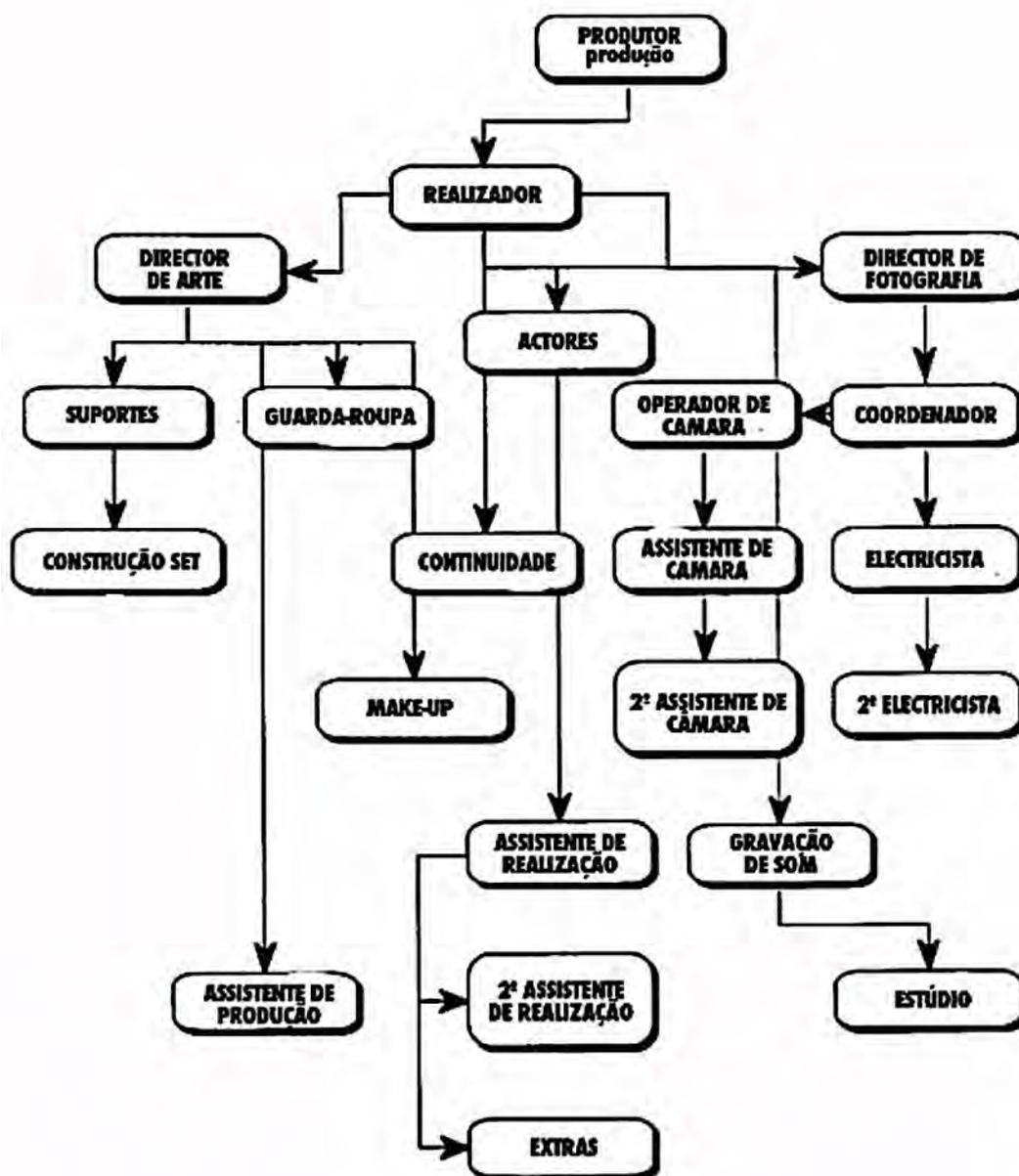


Ilustração 6 - Fluxograma de produção (Rea, 2010, p. 226)

O início da produção corresponde ao momento em que o navio é construído, a tripulação é escolhida e o capitão levanta a âncora e dirige-se para o mar. Por esta altura, o realizador vai saber intuitivamente como influenciar o impulso criativo do enredo e da equipa de produção. A produção provém de muitas horas de preparação, desde o planeamento, da criação dos cronogramas, do estabelecimento das relações de trabalho, por forma a interligar todas as etapas com o fito de tornar toda a produção produtiva, explorando-se todas as possibilidades do guião para, assim, o enredo e a equipa de produção perceberem tudo aquilo que podem oferecer para constituir o produto cinematográfico da melhor maneira, acompanhando os contínuos avanços

tecnológicos e as últimas tendências estilísticas e artísticas. Se todo este processo estiver bem pensado e consolidado todo o período de filmagens irá correr de modo contínuo, caso contrário, se todas estas etapas não estiverem bem delineadas e preparadas vão existir problemas que podem ser muito graves para o processo contínuo da construção do projecto, visto que será necessária toda a repetição da análise da produção, o que provocará atrasos nas datas de entrega do produto. A produção é habitualmente denominada por fotografia principal, sendo este o termo utilizado pela indústria cinematográfica para descrever o fluxo de comunicação que deve existir entre todas as partes envolvidas durante o processo da construção de um produto cinematográfico, tal como pode verificar-se na ilustração 6 apresentada *supra* (Rea, 2010).

Entretanto os avanços no cinema também se verificaram no modo de ampliação das oportunidades para garantir o retorno do capital investido, fomentando-se assim uma cadeia de valor adequada ao cinema (Swartz, 2005).

Porter resumiu, posteriormente, a cadeia de valor como um conjunto de actividades através das quais um produto ou serviço é criado e entregue aos clientes (McQuail, 2003).

Sendo que a cadeia de valor de uma empresa é utilizada para ajudar a analisar a vantagem competitiva da empresa e a identificar as suas possíveis estratégias no mercado. A cadeia de valor determina, pois, o modo como uma empresa em qualquer sector pode concorrer no mercado, realizando uma série acções interligadas com a criação de valor das actividades que a própria empresa desenvolve, tais como a exploração de uma força de vendas, o fabrico de uma componente específica ou a entrega de produtos, tendo estas actividades pontos de conexão com as actividades dos fornecedores, dos canais e dos próprios clientes. A cadeia de valor é uma estrutura que permite identificar todas estas actividades e analisar como as mesmas podem afectar quer os custos, quer os lucros de uma empresa, bem como, o valor que é entregue aos consumidores (McQuail, 2003).

Pelo que a cadeia de valor é a ferramenta que é preferencialmente utilizada, quer por profissionais, quer por consultores, quer por académicos, para analisar a convergência das actividades necessárias para a concepção de um produto na indústria dos média. No entanto, na maioria das concepções cinematográficas esta ferramenta não é utilizada de uma "forma pura", em que as actividades são desagregadas e analisadas

individualmente, é antes utilizada ao nível da indústria, onde se abordam os meios para representar graficamente as diversas fases pelas quais os produtos são criados e entregues ao consumidor final (Rea, 2010).

A cadeia de valor da indústria cinematográfica pode, então, ser resumida como uma série de actividades interligadas, que se combinam para criar e entregar um determinado produto (ou valor) aos clientes, e que podem consistir em actividades de pesquisa, de desenvolvimento, de produção, de empacotamento, de marketing e de distribuição (Kindem, 2005).

No sistema de estúdio existente nos E.U.A., um filme é muitas vezes desenvolvido, produzido, distribuído e explorado por uma única empresa, não existindo a participação no processo de criação do produto de qualquer outra empresa ou consórcio, constituindo, desta forma, uma cadeia de valor simples da própria empresa. Porém, o sector de produção e distribuição de filmes independentes compreende um negócio de sistema de valores, no qual um filme não é feito e entregue ao seu público final por uma única empresa. Bem pelo contrário, neste sector, há uma cadeia de empresas, de organizações e de *freelancers*, que trabalham em diferentes elementos do processo de produção e exploração, adicionando, deste modo, diferentes formas de valor ao longo da cadeia. Pelo que, assim que o filme é explorado, o dinheiro entregue pelo consumidor é sujeito a várias distribuições ou comissões, sendo que à medida que transita através da cadeia de valor, vai diminuindo o fluxo de receitas (Kindem, 2005).

A cadeia de valor postulada por Eliashberg (2006), que segue o modelo dos estúdios, coloca o desenvolvimento, o financiamento e toda a produção, num único segmento de grande valor denominado por produção, que não integra a distribuição e as vendas internacionais.

Entretanto Vickery e Hawkins (2008) afirmam que a complexidade da cadeia de valor de um filme, tanto em termos da quantidade e diversidade dos seus vários segmentos (ou elos), como em termos de natureza ou de carácter de muitos desses segmentos, tem um diagrama mais complicado, tendo por base a cadeia de valor para a indústria do cinema criada por Zerdick *et al.* (2000), que desfragmentam ainda mais o processo de produção, tal como se pode verificar na tabela número 6 que segue *infra*:

Tabela 6- Cadeia de valor para a indústria do cinema (Zerdick *et al.*)

| Elo | Pré-produção | Produção | Pós-produção | Gestão do catálogo de direitos/gestão de activos | Agregação (<i>packaging</i>) Marketing Distribuição | Entrega Exibição |
|-------------|--|--|---|--|--|---|
| Agente | - Produtor | - Produtor | - Produtor/ - Fornecedor de serviço | - Detentor dos direitos | - Distribuidor | - Cinemas/Estações de radiodifusão televisiva |
| Actividades | - Pesquisa - Exploração de arquivo - Pré-produção - Financiamento | - Argumentos - Realização - Produção - Filmagem | - Edição - Efeitos - Títulos - Impressão | - Venda de direitos - Gestão de <i>stocks</i> | - Publicidade/promoção - Venda e distribuição - Sincronização/cópias | - Cinema - Televisão - Vídeo - Etc. |

Fonte: Landerset, 2004

Todavia, os autores das diferentes cadeias de valor identificam conjuntos de elos que nem sempre são coincidentes. Nos termos propostos pelo Banco Europeu de Investimento (BEI), em função da necessidade de atribuição de um financiamento, cria-se um novo elo denominado por “desenvolvimento”, onde se inserem as tarefas criativas inerentes ao guião. Ao contrário de Zerdick *et al.* (2000) que entendem que as tarefas inerentes à criação estão somente associadas à fase de pré-produção tal como se pode verificar na tabela número 7 que segue *infra*:

Tabela 7 - Cadeia de valor para a indústria do cinema (BEI)

| Elo | Desenvolvimento | Pré-produção | Produção | Pós-produção | Catálogo de direitos/Gestão de activos | Agregação Marketing Distribuição | Exibição |
|-------------|---|---|--|--|--|--|---|
| Agente | Produtor | Produtor | Produtor/ Realizador | Produtor/ Laboratórios de cinema | Detentor dos direitos | Distribuidor | Cinemas/ /Estações de televisão |
| Actividades | <ul style="list-style-type: none"> - Formulação da ideia - Aquisição de direitos - Preparação do plano geral - Procura de financiamento - Procura de talentos criativos - Preparação do orçamento - Preparação do calendário da produção | <ul style="list-style-type: none"> - Conclusão do calendário das filmagens - Conclusão do orçamento da produção - Obtenção de seguros - Definição dos locais - Aluguer de instalações e palcos | <ul style="list-style-type: none"> - Realização - Produção - Filmagem - Controlo | <ul style="list-style-type: none"> - Edição - Sonoplastia - Efeitos - Titulos - Impressão | <ul style="list-style-type: none"> - Venda de direitos - Gestão do stock | <ul style="list-style-type: none"> - Publicidade/ /promoção - Venda e distribuição - Sincronização/ /cópias | <ul style="list-style-type: none"> - Exibição nos cinemas - Difusão televisiva - Lançamento em vídeo/ /DVD |

Fonte: Landerset, 2004

Começamos por analisar o conceito de cadeia de valor genérica e/ou simples defendido por diversos teóricos. Sendo o seu estudo necessário, porquanto servirá de apoio para o entendimento da definição de cadeia de valor dirigida a actividades específicas, tais como, o cinema e, em particular, o cinema digital (Landerset, 2004).

A cadeia de valor é a sucessão de todas actividades necessárias para encaminhar um produto ou serviço, desde a sua concepção, através das diferentes fases de produção (envolvendo uma combinação da transformação física do produto com a entrada de diversos serviços de produção), até à sua entrega ao consumidor final e à sua disposição final após o uso por este (Porter, 1990).

Existem três fases cruciais na produção cinematográfica: a fase de Pré-produção, a fase de Produção e, por fim, a fase de Pós-produção como é possível verificar na ilustração número 7 que segue infra: (Geuens, 2000).

CADEIA DE VALOR DO CINEMA DE ENTRETENIMENTO

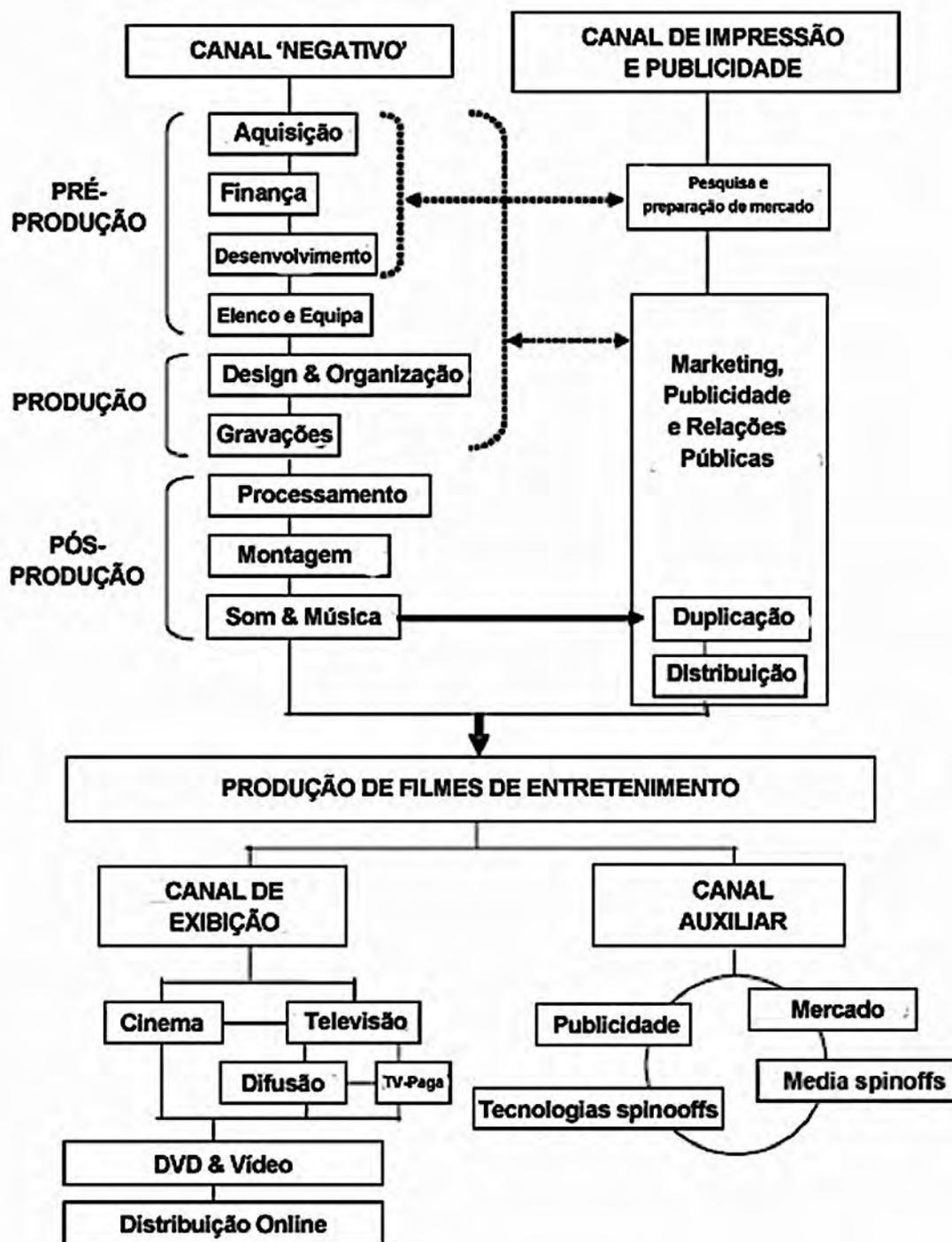


Ilustração 7 - Cadeia de valor do cinema (Rea, 2010)

4.4.1. PRÉ-PRODUÇÃO

A Pré-produção consiste na preparação de propostas de projectos, de instalações, de sinopses, de argumentos, de *scripts*, de programações de produção, de orçamentos e de *storyboards* (Kindem, 2005).

A sinopse consiste numa declaração concisa ou numa afirmação que resume a história ou assunto em apreço. Por outras palavras, é um pequeno parágrafo que descreve o enredo básico (Kindem, 2005).

Sendo que é a partir do argumento que o projecto é apresentado a eventuais financiadores que possam vir a viabilizar a produção do filme. O argumento quando conjugado com o enredo origina resumos sob a forma de contos, sendo muitas vezes acompanhado de arremessos orais de uma premissa ou conceito. Os *scripts* constituem os guias de produção praticamente completos sobre papel, especificando o que será visto e ouvido no produto acabado (Kindem, 2005).

Os primeiros argumentistas do cinema mudo vieram de áreas como o jornalismo e o teatro, o que fez com que muitos dos primeiros argumentos do cinema fossem semelhantes a peças de teatro. No entanto, depressa se chegou à conclusão que, ao contrário do teatro, o cinema não vive de cenas, mas de sequências de imagens que devem ser estruturadas para que haja uma continuidade e unidade espaço-temporal da história. O cinema vive de cenas curtas, de uma grande variedade de locais de acção e de unidades de espaço fragmentadas (Stam, 2000).

Na redacção do argumento, mais do que a história, assume especial importância a intriga, ou seja, a forma de apresentar e encadear os diferentes acontecimentos e factos que constituem a história e que lhe atribuem uma relação de causalidade. Normalmente, uma página de argumento corresponde aproximadamente a um minuto de filme, sendo que a sua totalidade, numa versão de longa-metragem, atinge em média os 120 minutos, existindo a necessidade muito particular de ter de se encerrar neste espaço de tempo uma intriga com uma dinâmica atraente. As longas-metragens que passam nas salas de cinema sem intervalos ou com um único intervalo, são vistas e compartimentadas nos ecrãs de televisão em quatro ou cinco partes, o que acaba também por condicionar, de alguma forma, a sua narrativa (Aumont, 1995).

Nos casos em que o argumento e a realização não se concentram na mesma pessoa, são frequentes as divergências entre argumentistas e realizadores, uma vez que é muito difícil incluir no argumento, por mais minucioso que este seja, todas as indicações necessárias de direcção de actores, de iluminação, bem como, do plano exacto da filmagem. Por outro lado, sem um argumento é quase impossível fazer um filme razoável, quanto mais um bom filme. Surgindo, por isso, uma actual tendência de muitos realizadores empenhados em fazerem também um trabalho de autor, sendo um bom exemplo desta, o do realizador espanhol Pedro Almodôvar, que é também autor dos argumentos dos seus próprios filmes, que chegam a ter oito versões diferentes antes da versão final (Aumont, 1995).

Após a preparação do argumento, segue-se a programação da produção, que é uma fase da pré-produção posterior à preparação do argumento, que consiste na elaboração de um *script* que elenca todos os equipamentos e necessidades do pessoal para cada cena, de modo a que uma produção possa ser agendada e orçamentada. As “*budget describes*”, por sua vez discriminam como os fundos serão gastos em cada categoria de produção. E, o *storyboard* fornece uma visualização gráfica das cenas importantes que venham a ser gravadas por cada câmara (Kindem, 2005).

4.4.1.1. ARGUMENTO

Tudo começa com uma ideia. Sendo que, para que essa ideia se torne num filme, a mesma deverá ser aprofundada e desenvolvida num *script* ou num argumento. Esta espécie de roteiro deverá representar a visão do cineasta de forma prática, sendo também o seu guia através da produção. A partir do argumento, conhece-se a história, os personagens, os locais, o orçamento aproximado, a duração e público-alvo de um determinado filme. É através deste roteiro que se pode obter financiamentos para a produção do mesmo e atrair a equipa criativa que irá transformar o roteiro num produto final. Não sendo, contudo, no argumento que se irá explorar em profundidade as “porcas e parafusos” de escrita técnica (Rea, 2010).

Assim sendo, um argumento é para o cinema como um modelo é para a construção naval. Imagine-se as dificuldades advenientes de uma empresa de construção naval que começa a construção de um barco com apenas alguns esboços para trabalhar. Pelo que, assim como os desenhos indicam aos trabalhadores da empresa de

construção naval exactamente onde se deve colocar o mastro, o roteiro em cinema determina como cada membro da equipa de produção deve cumprir o seu trabalho (Rea, 2010).

Um argumento exhibe, pois, a progressão dos acontecimentos, momento a momento, indicando a sequência daquilo que o público vai ver e ouvir.

Ao contrário de um romance ou de um poema, o roteiro é uma obra inacabada, é apenas uma parte do processo de construção de uma obra cinematográfica. Não tem por isso nenhum valor literário inerente, servindo apenas como um guia a ser seguido para a produção de um filme (Block, 2008).

4.4.1.2. FINANCIAMENTO

Ao nível nacional ou mesmo regional, têm surgido novos e reformulados modelos financeiros interessantes do ponto de vista das indústrias criativas e culturais, que facilitam o acesso aos empréstimos, através da partilha de conhecimentos especializados nos diferentes sectores. Estes modelos financeiros pressupõem uma avaliação das empresas e dos seus projectos, e servem muitas vezes para reunir, ao mesmo tempo, os investidores e as empresas que carecem de capital de risco, por forma a ajudá-las a se expandirem economicamente (Clark, 1969).

Assim sendo, o capital de risco continua a ser uma importante fonte de financiamento para as empresas de alto crescimento, como o são as empresas criativas (Miller, 2011).

O sector criativo e cultural precisa, pois, de exigir um maior e mais fácil acesso ao financiamento, que permita renovar os equipamentos existentes e que permita o subsequente desenvolvimento de novas formas de produção, bem como, de novos métodos de distribuição. O sector criativo precisa, em suma, de adaptar-se aos seus próprios modelos de negócio (Miller, 2011).

Todavia, o mundo da criatividade e o mundo financeiro são mundos totalmente opostos, que precisam de encontrar uma linguagem comum, através da qual as indústrias criativas e culturais possam passar a dispor de um mais equitativo acesso, a um necessário e determinante, financiamento (Miller, 2011).

4.4.2. PRODUÇÃO

A equipa de produção pode ser organizada hierárquica ou cooperativamente. Numa situação hierárquica, existem comandos de fluxo descendente desde o produtor até ao realizador, e deste para o resto da equipa criativa ou equipa de produção. Numa produção cooperativa organizada, cada membro da equipa de produção tem a mesma autoridade e controlo e as decisões são tomadas colectivamente. A maioria das situações de produção combina aspectos de ambos os modelos, hierárquico e de cooperação, embora a primeira abordagem seja claramente dominante no mundo comercial. Na combinação de abordagens, o produtor e o realizador tomam a maioria das decisões importantes, mas a ajuda, o apoio e a orientação de todo o pessoal criativo e de alguns membros da tripulação técnica é activamente procurado e obtido (Rea, 2010).

A produção raramente é um processo puramente democrático, mas é quase sempre um processo colectivo que requer o apoio e a cooperação de um grande número de pessoas. Os membros de qualquer equipa de produção de média, geralmente podem ser divididos em dois grupos distintos, a equipa criativa e a equipa técnica. Esta divisão básica é frequentemente utilizada para fins orçamentais, divide-se a equipa e os custos, colocando-se acima da linha os aspectos criativos e abaixo da linha os aspectos técnicos, o que permite uma rápida comparação entre os investimentos financeiros efectuados em ambos os lados, criativo e técnico, de uma produção (Kindem, 2005).

Os custos de pagamento do produtor, do realizador, do argumentista/guionista e dos artistas são considerados acima da linha, enquanto os custos de equipamentos e da tripulação estão abaixo da linha. Ambos os lados devem ser mais ou menos equivalentes em termos de atribuição de apoio financeiro para garantir que nem a equipa criativa, nem a equipa técnica da produção seja subestimada (Kindem, 2005).

O produtor é um gestor de risco de um projecto de outrem, que agarra numa ideia, corre com ela e convence outros a participar no projecto. Os produtores são os administradores criativos e efectuam as ligações entre os executivos, os gerentes, os investidores e os distribuidores, financiando o vídeo e a produção do filme, bem como, os artistas que nele intervêm. As produções cinematográficas podem exigir grandes somas de dinheiro, que lhes é atribuído através de empréstimos bancários, doações, capital de risco e empréstimos governamentais ou empresariais (Rea, 2010).

As produções cinematográficas exigem também uma grande dose de planeamento logístico e administrativo. Os artistas criativos raramente têm o tempo necessário e o desejo de lidar com muitas dessas tarefas administrativas, tais como, obter o financiamento, efectuar o orçamento, a programação e a gestão da produção global. Sendo essas tarefas atribuídas aos produtores, que tentam criar produtos de alta qualidade da forma mais eficiente possível. Os produtores sabem como transformar ideias desagradáveis ou extravagantes em material viável e em conceitos negociáveis. Eles entendem as diversas necessidades das pessoas criativas, dos executivos, dos investidores, dos compradores de produtos e das audiências (Rea, 2010).

Assim sendo, os produtores têm de trilhar uma linha ténue, entre a necessidade de talento criativo para a expressão artística e a necessidade de fornecer retornos concretos sobre os investimentos efectuados na produção. Os bons produtores devem tomar decisões eficazes, para além de terem de ter a capacidade para entender e trabalhar com muitas pessoas diferentes, sendo essa capacidade constantemente testada ao longo de todo o processo de produção. Em última análise, é o produtor que assume a responsabilidade pela conclusão com êxito do projecto, pelo que se a produção ultrapassa a “*deadline*” ou acarreta custos acima do orçamento, ou seja, além das directrizes iniciais em termos de tempo de produção ou de dinheiro, é o produtor que deve intervir e decidir o que fazer. (Rea, 2010).

Os produtores especializam-se muitas vezes em determinados tipos de programas ou géneros cinematográficos. Os especialistas que trabalham com comerciais de televisão, dramas, notícias de desporto ou multimédia interactivos, por exemplo, raramente trabalham fora do seu tipo de programa, porque o sucesso num tipo de produção não garante o sucesso noutra. (Bruck, 2008).

Pelo que, os produtores estão categorizados em pelo menos quatro categorias diferentes de acordo com a natureza e a extensão das suas responsabilidades, existindo, nomeadamente, os produtores funcionários, os produtores independentes, os produtores executivos e os co-produtores. Os produtores funcionários são empregados de forma contínua, por uma empresa de produção ou por uma organização, sendo-lhes muitas vezes atribuídos projectos específicos num pequeno vídeo ou numa empresa de produção cinematográfica (Kindem, 2005).

Os assistentes de produção do filme, especializam-se muitas vezes na produção de filmes educativos, comerciais, documentários, filmes de desporto ou filmes industriais.

Estando ligados à gestão de unidades de produção em grandes estúdios de Hollywood, são os assistentes de produção que estão intimamente envolvidos com a equipa e extremamente bem informados sobre quase todos os aspectos da produção. Eles estão directamente envolvidos nas decisões da produção numa base diária (Rea, 2010).

Já os produtores independentes têm como principal função vender ideias de produção para os estúdios, para os distribuidores de filmes, para os executivos da rede de televisão por cabo, para os sindicatos e para os editores. Os produtores independentes são responsáveis pelo lançamento da maior parte de todos os filmes de entretenimento nos cinemas e no horário nobre da programação de televisão. Eles reúnem uma história comercial, pessoal e múltiplos pacotes de talentos. Um produtor independente nunca é empregado em base de continuidade por um estúdio de cinema ou numa rede de televisão ou estação, ele trabalha num projecto específico como *freelancer* (Kindem, 2005).

Quanto aos produtores executivos, estes são os que estão menos envolvidos nas decisões do dia-a-dia da produção em relação a todos os outros tipos de produtores. Os produtores executivos delegam tarefas de produção e concentram-se maioritariamente no desenvolvimento e avaliação dos projectos no seu lugar. Na produção de filmes, os produtores executivos escolhem as pessoas cuja participação assegura a produção do projecto (Kindem, 2005).

Os co-produtores de filmes raramente estão envolvidos na produção de uma forma principal ou numa base diária. O co-produtor combina o papel de produtor com o papel de escritor e/ou director. Ele mergulha no processo de produção efectuado no dia-a-dia e tem quase o controlo total da qualidade do produto final, preservando a integridade da sua ideia original até ao fim do processo de produção (Rea, 2010).

4.4.3. REALIZAÇÃO

Nos primórdios do cinema, os realizadores eram as estrelas do filme e faziam parte de um processo contínuo, iniciado com Charlie Chaplin e Alfred Hitchcock, mas hoje são encarados de maneira diferente. Além da indústria ser mais global, há outras razões para o aumento da importância da administração do realizador, principalmente devido à questão financeira (Miller, 2004).

O realizador é responsável pela tradução de um argumento (a palavra escrita) em recursos visuais (*storyboard*), que serão posteriormente entregues a um editor na etapa de reunir todas as imagens do filme. O realizador une-se ao projecto na fase da escrita ou de pré-produção e não abandona o projecto até à fase de pós-produção. Desta forma, o realizador pode estar envolvido em todos os aspectos da fase de edição, como no *design* de som, na composição musical, na gravação e mixagem do som em geral, até que o filme seja concluído. Por outras palavras, o realizador é o responsável pela supervisão criativa do filme desde o início da sua concepção até à sua conclusão (Dancyger, 2006).

Ao realizador compete não só garantir que todo o desenho conceptual fabricado na fase da pré-produção se mantém até à conclusão do filme, mas também gerir, mesmo que indirectamente, os custos da produção, por intermédio da gestão dos tempos de gravação, da orientação dos actores contratados, de modo a rentabilizar os custos da produção que estão intrinsecamente relacionados com a sua duração. Assim, o realizador trabalha em proximidade com o produtor, que é responsável pela supervisão organizacional e financeira do filme, desde a sua concepção até à sua conclusão (Miller, 2004).

Ao realizador cabe também o papel de assegurar a atractividade do filme, através da utilização de novas técnicas de captura e de novos movimentos de câmara. Na fase de produção, o realizador é claramente responsável pela interpretação do argumento, pela criação de cenas específicas e pela modulação das performances dos actores. Geralmente, os realizadores estão também bastante envolvidos na fase de pós-produção, embora sejam os editores (de imagem e de som) a tomarem a maior parte das decisões (Miller, 2004).

Resumindo, os escritores usam as palavras, os realizadores usam as capturas de câmara e os editores usam os recursos visuais e sonoros para construir a história (Dancyger, 2006).

Os detalhes sobre os géneros do cinema experimental, sobre as etapas da direcção cinematográfica, sobre o guião e o planeamento técnico estão disponíveis no glossário da presente dissertação.

4.4.4. PÓS-PRODUÇÃO

Hoje é importante reconhecer que há cerca de 85 anos atrás, milhares de filmes foram editados sem o auxílio de um computador. Porém, a transformação que a tecnologia proporcionou ao mundo profissional cinematográfico variou, e continua a variar, em curtos espaços de tempo. Em 1900, apenas era possível captar e transmitir imagens através da fotografia, agrupando-se, assim, sequências de imagens que originavam movimento. Em 1928, começou a tornar-se possível captar o áudio, apesar da sua difícil sincronização com a imagem. Em 1945, surge a montagem de filmes através do corte e colagem de películas como uma nova técnica de construção cinematográfica. Em 1956 surgem, sucessivamente, os primeiros rolos de película de 35 mm, 16 mm e a famosa *super 8*. Posteriormente, em 1970, surge a videocassete com edição auxiliada por *timecode* – sequência de códigos numéricos gerados por intervalos regulares através de um sistema de sincronização de tempo. Em 1985, o áudio passou a ser editado e melhorado através da possibilidade da sua edição em disco. E, finalmente, em 1989, com base num disco digital, passa a ser possível manipular e tratar a imagem digitalmente (Rea, 2010).

A pós-produção só começa após as imagens visuais e os sons terem sido totalmente gravados. Os possíveis pontos de edição podem ser determinados durante a etapa de pré-visualização, quando as imagens gravadas e sons são inicialmente visualizados (Christie, 1993).

As imagens e os sons de acompanhamento são examinados e reexaminados para que se encontre os pontos exactos para editar e combinar os vários elementos. As bandas sonoras podem ser adicionadas posteriormente às imagens já editadas ou produzidas ao mesmo tempo que as imagens (Christie, 1993).

A discussão e a dualidade de opiniões entre a qualidade dos sistemas analógicos face aos sistemas digitais é uma questão que irá persistir para sempre no meio cinematográfico e audiovisual. O facto é que as indústrias de cinema e televisão converteram-se às novas tecnologias. Hoje recorre-se às máquinas de edição não-linear, uma vez que a maioria dos sistemas não-lineares, baseados em computador, foram desenvolvidos para tornar as produções do cinema e da televisão mais rentáveis, dado que permitem a construção das produções em menores períodos de tempo, tanto ao nível da captação, como da edição dos produtos. A fusão destes dois

meios – analógico e digital - abrem um mundo de possibilidades para os cineastas e produtores de televisão (Rea, 2010).

A ilustração 8 que segue *infra*, permite verificar como funciona a sequência de trabalhos desde a captação até ao fecho de um produto final:

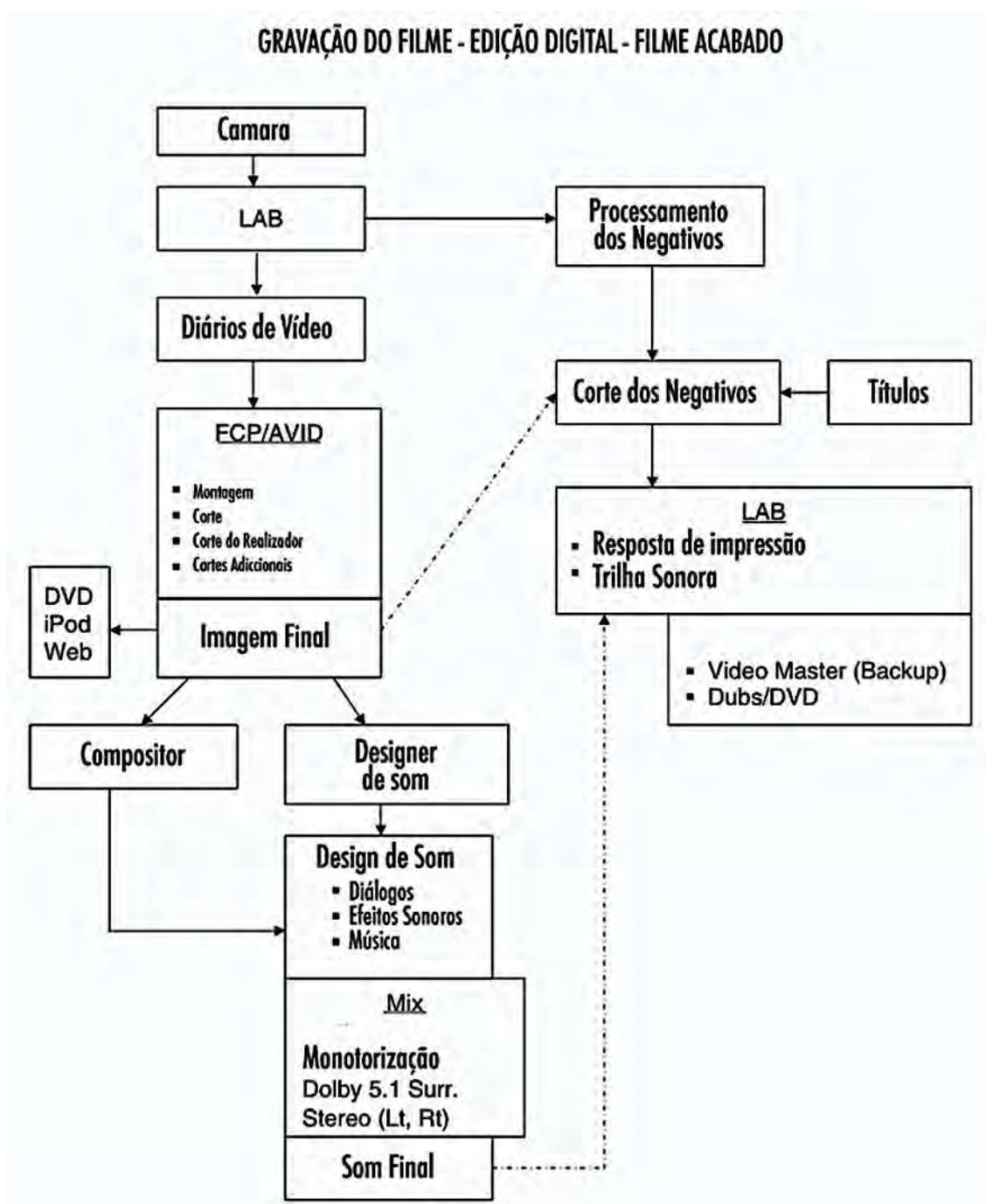


Ilustração 8 - Fluxo da Pós-Produção HD (Rea, 2010, p. 255)

Por mais de 85 anos, milhares de filmes foram editados sem o auxílio de um computador e é importante reconhecer esse facto. As produções cinematográficas resumiam-se à preparação, à captura de imagem e à edição do filme através do corte e colagem. Sendo que pouco mais havia a fazer para melhorar a narrativa do filme até terminar este processo linear. Todavia, nos dias de hoje as indústrias de cinema e televisão converteram-se às novas tecnologias. Os programas de televisão e cinema fazem agora as suas produções de uma forma não-linear, baseadas em edições realizadas através de computadores que interligam todos os processos, desde a gravação de som e imagem, à edição dos conteúdos de uma forma digital como se pode constatar na ilustração 8 apresentada *supra* (Rea, 2010).

A tecnologia tem ajudado a melhorar e a tornar mais rápido e eficaz todo o processo de montagem dos filmes, porém em alguns passos criativos e técnicos ainda devem respeitar as regras das produções lineares, pois para muitos realizadores ambos os métodos devem complementar-se nos processos de produção. As rígidas exigências necessárias para concretizar produções lineares obrigam a uma forte organização inicial da produção, garantindo que a gravação do filme seja realizada de uma forma mais cuidada, obtendo-se assim melhores planos e movimentos de câmara, por exemplo. Sendo que as boas produções, deverão combinar essas exigências mais rígidas com as novas vantagens proporcionadas pela edição não-linear, devendo utilizar-se somente a possibilidade de melhorar o nível da qualidade da imagem e permitir a atribuição de inúmeros elementos gráficos e sonoros que complementem as produções (Rea, 2010).

Deste modo concluí-se que a etapa de pós-produção une assim os elementos de áudio e vídeo de uma produção e suaviza todas as arestas (Christie, 1993).

4.4.4.1. MONTAGEM

Propor uma definição de montagem, não é uma tarefa fácil. Apesar da montagem, tanto a nível conceptual como pragmaticamente, ser reconhecida como um dos aspectos fundamentais da criação cinematográfica, e de desde cedo se ter imposto enquanto vasto campo de investigação teórica e de experimentação artística, a verdade é que nenhuma grelha classificativa ou tipologia suficientemente abrangente e estável foi criada acerca da mesma. A montagem continua a ser um campo de

implicações semânticas e estilísticas em aberto, em constante renovação morfológica e teórica (Nogueira, 2010).

Apesar da matéria-prima do cinema serem os estímulos distintos dos planos, não devemos concluir que tais estímulos equivalem ao próprio cinema. (Eisenstein, 1929). Eles são, em vez disso, os blocos de construção ou para usar a analogia de Eisenstein, as "células". O cinema só é criado quando essas células independentes recebem um princípio de animação. Quem é que dá vida a esses estímulos, tornando possível uma experiência cinematográfica completa? Para responder a esta questão, devemos examinar o famoso e central conceito de montagem.

Nos campos da montagem, Eisenstein foi um cineasta de capacidade imensurável, cuja fama assegurou aos seus ensaios sobre cinema uma leitura imediata e ampla. Eisenstein foi um pensador enérgico e eclético (Andrew, 1984).

4.4.4.2. CRIAÇÃO ATRAVÉS DA MONTAGEM

Para Eisenstein a abordagem do material fílmico foi gerada pelo teatro Kabuki, do mesmo modo, foi o seu estudo sobre a poesia *haikai* (de origem japonesa) que ostensivamente o levou a uma compreensão da montagem (Andrew, 1984).

A montagem é responsável pelo significado a nível local, mas não pelo significado total. A questão da forma cinematográfica na realidade surgiu dentro do estudo de Eisenstein acerca da própria montagem como uma pergunta sobre o que ele chamava de dominante. Em qualquer plano existem múltiplas atracções para determinar o tipo de justaposição requerida, se o plano A é unido ao plano B com base em valores de iluminação conflitantes, o realizador une-os então ao plano C, que interage com o B em relação à direcção. Em caso positivo, o que é que acontece com o valor da luz do plano C, que pode ser ou não simplesmente ignorado pelos espectadores. Tais questões levaram Eisenstein a sugerir que todo o plano tem uma estranha melódica, mas qualquer boa peça deve ser rica em tons, criados através da atenção às harmonias periféricas do teclado em relação à peça em desenvolvimento (Nogueira, 2010).

4.4.4.3. TIPOLOGIAS DA MONTAGEM / EDIÇÃO

A edição consiste no ordenamento das imagens gravadas, na sequência em que o vídeo será apresentado, pois em função de se otimizar o fluxo de trabalho durante as gravações, estas nem sempre são feitas na ordem correcta, além disto, uma mesma cena é gravada diversas vezes eventualmente em ângulos diferentes, o que torna obrigatória uma ordenação ou montagem posterior (Carroll, 2006).

Apesar dos insistentes esforços encetados por diversos estudiosos, a construção de uma grelha classificativa dos diversos tipos de montagem está ainda por se fazer e assim permanecerá com certeza. No entanto, podemos sempre caracterizar um conjunto de modalidades discursivas e descrever uma lista de efeitos intelectuais e emocionais, que se devem à montagem, sendo que uns e outros se imbricam de tal modo que tanto categorizamos a modalidade a partir do efeito, como classificamos o efeito a partir da modalidade (Nogueira, 2010).

A edição de vídeo é o processo de corte e montagem de imagens em movimento, captadas por meio electrónico vídeo e registadas de forma analógica ou digital, podendo ocorrer de forma linear ou não linear. A edição linear é feita com sistemas baseados em reprodutores e gravadores ligados entre si por um controlador de edição. A edição não linear é feita com sistemas baseados em computadores onde as imagens são "capturadas", digitalizadas e divididas (Carroll, 2006).

A multiplicidade de funções e de formas que a montagem pode cumprir e assumir, dificulta um inventário exaustivo das suas características e uma definição estável dos seus tipos. Porém, quer de um ponto de vista artístico, quer de um ponto de vista teórico, é possível reconhecer as enormes potencialidades que a montagem traz para o discurso cinematográfico. São algumas dessas funções e formas, e as potencialidades que elas oferecem em domínios que podem ir do retórico ao hermenêutico, do cronológico ao espacial, do narrativo ao temático, do técnico ao mental (Nogueira, 2010).

Os detalhes sobre as diferentes tipologias da montagem/edição estão disponíveis no glossário da presente dissertação.

5. A INDÚSTRIA DO MULTIMÉDIA

5.1. A INDÚSTRIA DO MULTIMÉDIA

O carácter dinâmico do mercado ou de um conjunto de mercados, resultante da rápida evolução tecnológica, de complexas geometrias de negócio e da integração entre sectores, plataformas e formatos distintos desafiam a conceptualização do multimédia (Landerset, 2004).

Assim, na “nova economia”, o multimédia pressupõe a interligação entre sectores dos média e das comunicações electrónicas, num processo que se convencionou designar por convergência, em grande medida sustentada no desenvolvimento tecnológico (Landerset, 2004).

5.2. TIPOS DE MULTIMÉDIA

Podemos agrupar seis tipos de multimédia diferentes. Em primeiro lugar, temos o áudio, que resulta de som que é digitalizado a partir de fontes sonoras ou que pode ser sintetizado directamente no computador (Ribeiro, 2009).

Em segundo lugar, temos o vídeo digital como documento multimédia, que pode ser criado a partir de uma câmara de vídeo digital ou por meio da digitalização de um vídeo gravado por uma câmara de vídeo analógica. Os cliques de vídeo digital podem igualmente ser gerados directamente por computador, através de operações designadas por *rendering* de animação, como se verá mais adiante, constituindo-se, neste caso, por sequências de vídeo sintetizado (Ribeiro, 2009).

Em terceiro lugar, temos a animação, que é na grande maioria dos casos sintetizada por computador e o cinema de animação (vulgarmente designado pela expressão “desenhos animados”) como o seu correspondente nos documentos convencionais (Ribeiro, 2004).

O texto, por sua vez, é o meio dominante para a apresentação de informação, quer nos documentos convencionais, quer nas aplicações multimédia que utilizam o computador. O texto digital pode assumir um formato básico, que normalmente se designa por *plain*, que corresponde a um texto formato encontrado nos ficheiros de texto criados por intermédio de editores de texto (Ribeiro, 2009).

Por fim, os gráficos e as imagens que surgem nas aplicações ou documentos multimédia podem ser comparados, respectivamente, com os desenhos e com as fotografias que surgem em documentos convencionais, tais como, as revistas, os jornais e os livros. O tipo de média gráfica também se designa por desenho vectorial. Sendo que, de igual modo, o tipo de média imagem também pode ser referido como imagem *bitmap* (Ribeiro, 2009).

Estes tipos de multimédia podem ainda ser agrupados consoante a sua natureza e origem, como é possível verificar na tabela 8 da presente dissertação, que segue *infra*:

Tabela 8 - Tipos de multimédia

| NATUREZA ORIGEM | ESTÁTICOS | DINÂMICOS |
|--------------------|------------|-----------|
| | CAPTURADOS | Imagem |
| - | | Áudio |
| SINTETIZADOS | Texto | - |
| | Gráficos | Animação |

Fonte: Ribeiro, 2009

5.2.1. NATUREZA

Em função da sua natureza, podem diferenciar-se dois tipos de média, os dinâmicos e os estáticos. Os tipos de média dinâmicos incluem os tipos de informação multimédia cuja apresentação exige uma reprodução contínua ao longo do tempo. Por outras palavras, o tempo faz parte do próprio conteúdo. Se a informação temporal se alterar, isto é, se a sequência dos elementos que constituem o seu conteúdo dinâmico for modificada, o significado do seu conteúdo também se altera (Ribeiro, 2009).

Os tipos de média estáticos são, por sua vez, constituídos por elementos de informação independentes do tempo, que apenas variam na sua dimensão espacial, tais como parágrafos de texto, modelos gráficos ou conjuntos de píxeis. Estes

elementos podem ser apresentados em qualquer sequência ou em instantes de tempo arbitrários sem perderem o seu significado (Ribeiro, 2009).

5.2.2. ORIGEM

Em função da sua origem, os diferentes tipos de média podem ser capturados ou sintetizados. Os tipos de média capturados são aqueles que resultam de uma recolha do exterior para o computador, tal como num processo de filmagens em que após a captura, desenvolve-se um processo de digitalização do conteúdo para o computador para que as imagens possam ser trabalhadas em programas de edição (Ribeiro, 2004).

Os tipos de multimédia sintetizados são aqueles que são produzidos pelo próprio computador, através da utilização de *hardware* e *software* específicos. Podemos dizer que a maioria dos tipos de multimédia sintetizada são tipos de multimédia capturada, trabalhada ou manipulada pelo *software* e *hardware* de um computador. Em relação ao vídeo, a imagem é capturada, e o filme após a sua manipulação e exportação, converte-se num tipo de multimédia sintetizado. Todavia, na área do *design* gráfico, por exemplo, a criação e manipulação dos elementos multimédia podem ser originalmente sintetizados, por serem totalmente concebidos em *software* e *hardware* de um computador (Ribeiro, 2004).

5.2.3. DIVULGAÇÃO

A divulgação *on-line* significa a disponibilidade de uso imediato dos conteúdos multimédia. Pode ser efectuada, por exemplo, através da utilização de uma rede informática local ou da WWW (*World Wide Web*) (Ribeiro, 2009).

A divulgação *off-line* de conteúdos multimédia é efectuada através da utilização de suportes de armazenamento, na maioria das vezes do tipo digital. Neste caso, os suportes de armazenamento mais utilizados são do tipo óptico, como por exemplo, o CD (Ribeiro, 2004)

5.3. A CADEIA DE VALOR DO MULTIMÉDIA

A cadeia de valor dos serviços multimédia contempla vários aspectos, entre eles a produção, que é a primeira etapa da cadeia de valor de serviços multimedia, uma vez que é a etapa responsável pela geração de conteúdo. Quando finalizada etapa da produção, inicia-se a segunda etapa, a programação, momento em que se monta a chamada “*grelha de programação*” e onde entra a publicidade — responsável pela maior parte da receita desta etapa da cadeia de valor -, cujo modelo de negócio baseia-se, principalmente, em patrocínios. A distribuição, constitui a terceira etapa, e é responsável pela transmissão do conteúdo e depende do meio a ser utilizado para a mesma, sendo que os meios de difusão mais conhecidos são a radiodifusão (estações de televisão ou serviços de satélite), os fios de cobre ou de fibra óptica (operadoras fixas), os cabos coaxiais ou satélites de órbita baixa (TV por assinatura), ou ainda, os telemóveis (operadoras de telefonia móvel). E, por fim, a quarta e última etapa, compreende a entrega do conteúdo na casa ou no estabelecimento comercial do utilizador através de determinados suportes físicos, tais como, a televisão, a telefonia fixa, o set-top box, o computador ou o telemóvel. Actualmente, as estações de TV dominam as três primeiras etapas desta cadeia de valor – ilustração 9 apresentada *infra* -, ou seja, a produção, a programação e a distribuição. Pelo contrário, as empresas de TV por assinatura actuam nas três últimas etapas da cadeia de valor, ou seja, a programação, a distribuição e a entrega. (Carvalho, 2003).

Todavia, com o avanço das tecnologias de TV Móvel (nas redes 3G) e IPTV, surgiu a conveniência de se integrar as operadoras de serviços fixos e móveis nesta cadeia de valor, fazendo-se ofertas de conteúdos vídeo e de dados aos utilizadores, onde é possível definir detalhes de venda através de modelos de uso ilimitado (“*flat rate*”), sob demanda (“*video on demand*”), ou via reprodução directa de vídeo (“*streaming*”) (Carvalho, 2003).

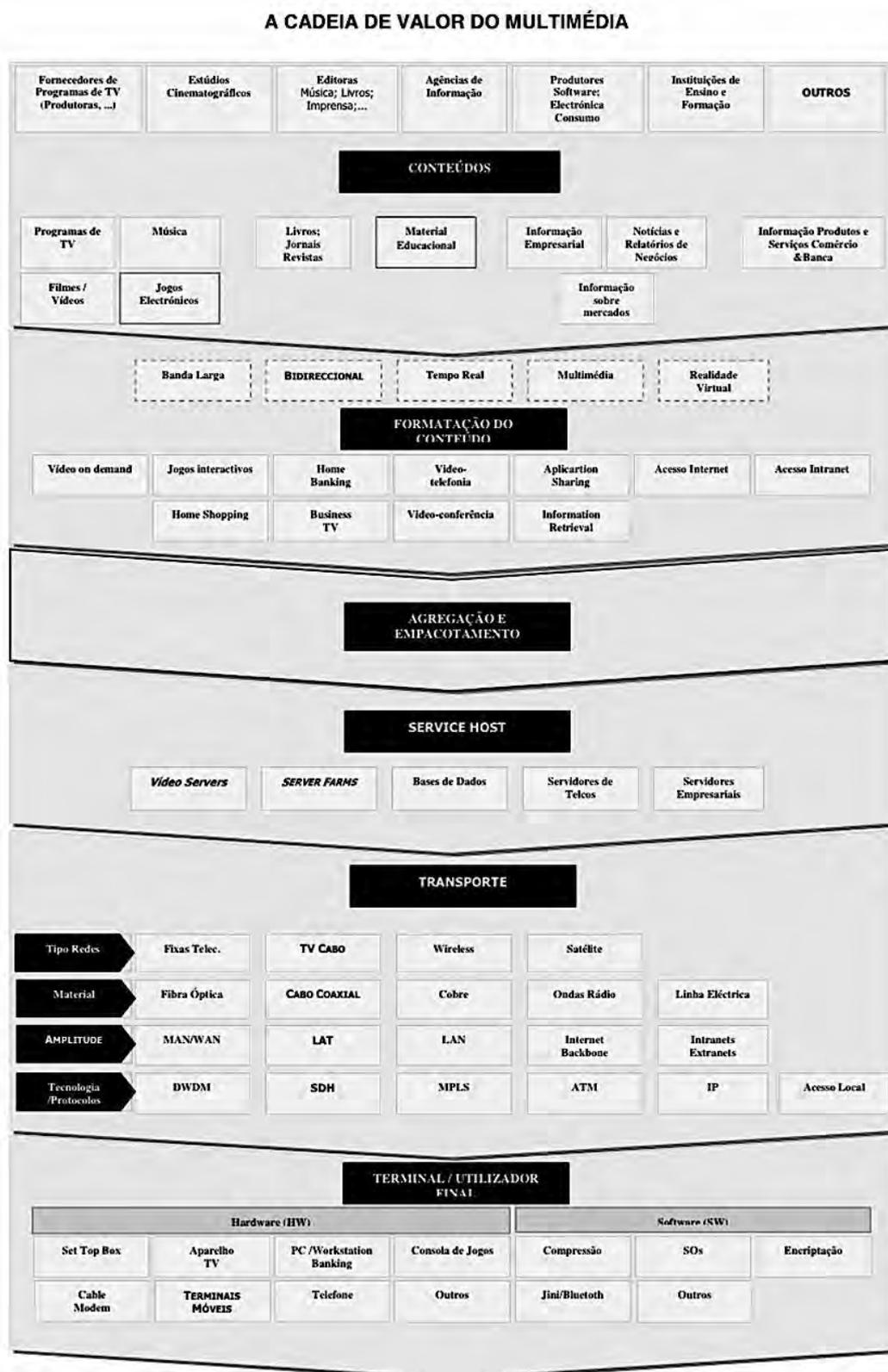


Ilustração 9 - A cadeia de valor do multimédia (Carvalho, 2003)

Assim, conforme referido anteriormente, a cadeia de valor categoriza as diferentes actividades de uma organização ou empresa, cujo objectivo principal é o da

maximização do valor acrescentado através de uma minimização de custos do seu processo produtivo, servindo simultaneamente como uma ferramenta de base, para análise e posterior planeamento estratégico. A própria sobrevivência de uma organização ou empresa é garantida através da criação de valor para os seus consumidores. Cada unidade empresarial funciona assim como um conjunto de actividades orientadas para a concepção, produção, comercialização, distribuição e apoio de um produto (Porter, 1990).

Devido ao carácter dinâmico e, portanto, não estabilizado do mercado multimédia ou do conjunto dos seus mercados, resultante da rápida revolução tecnológica e da integração de sectores, plataformas e formatos distintos, a aproximação à cadeia de valor do multimédia é dificultada (Porter, 1990).

Porém, as mudanças geradas pela designada “nova economia” estão relacionadas com a emergência de novas leis económicas, novas estruturas de custos e de receitas, que originam novas cadeias de valor subjacentes a estes novos modelos de mercado. A ligação entre os sectores dos média e das comunicações, despertou um novo mercado, o mercado multimédia, que fornece um conjunto de serviços de informação, entretenimento e comunicação (Landerset, 2004).

A cadeia de valor do mercado multimédia, é constituída por segmentos ou elos individuais que estabelecem ligações flexíveis entre si, sendo mais eficazmente visualizada em representação circular ou em rede. Por isso, Zerdick *et al.* (2000), alertam para o facto de que uma esquematização linear da cadeia de valor dos serviços multimédia raramente corresponde ao funcionamento dos mercados (Zerdick *et al.*, 2000).

Tabela 9 - Cadeia de valor multimédia (Zerdick et al.)

| Conteúdo | Empacotamento | Transmissão | Navegação | Serviços de Valor Acrescentado | Aparelhos receptores | Serviços multimédia | Cliente |
|---|--|--|--|---|--|---|---------|
| Filmes Notícias Informação financeira/ meteorológica Sites financeiros Bases de dados Jogos | Broadcasters Editores Agências de notícias ISP Portais | Internet & Telefone Cabo Satélite Terrestre Rede (Network) | Servidores WWW Java Browsers Agentes inteligentes (Intelligent agents) | Consultoria Billing Instalação Formação PDA | TV Videofones Telefones móveis PC | Informação Entretenimento Comunicação | |

Fonte: Obercom 2004

Na tabela 9 da cadeia de valor do multimédia, numa primeira etapa, são enunciados os diferentes tipos de conteúdos que podem ser fornecidos, para *a posteriori* na fase de empacotamento, serem preparados e customizados por *broadcasters*, editores, agências de informação, fornecedores de acesso à internet (ISP) e portais. O terceiro segmento ou elo desta cadeia de valor diz respeito à transmissão dos conteúdos produzidos e agregados para o cliente, através de plataformas existentes que podem ser, por exemplo, redes de internet, telefone, cabo ou até satélite (Landerset, 2004).

Se analisarmos os arquivos relativos ao início da Internet, e conferirmos as primeiras páginas que se criaram, chegamos à conclusão de que os *sites* da época pareciam muito simples, com um *design* simples, que dependia exclusivamente do texto e da formatação do texto. No entanto, a *World Wide Web*, ficou famosa pela sua evolução de conteúdos que tornaram a comunicação extremamente rápida. Em função dessa evolução, diversos *sites* começaram a incluir imagens, gráficos, áudio e vídeo, tornando a *web* mais rica em multimédia (Ribeiro, 2004).

A agregação e o empacotamento é a fase da produção de um produto multimédia que se destina a escolher os formatos através dos quais o produto vai ser distribuído, de modo a permitir o acesso do mesmo por parte do utilizador (Ribeiro, 2004).

A transmissão corresponde ao modo como os conteúdos produzidos e agregados são transmitidos para o cliente através de múltiplas plataformas de comunicação. A transmissão é efectuada pelos operadores de rede e fornecedores de acesso às redes de Internet, telefone, cabo, satélite e terrestre (Landerset, 2004).

A navegação compreende a manipulação da infra-estrutura, em particular o uso das componentes de *software* e *hardware* para facilitar e melhorar a orientação e controlo das infra-estruturas físicas. Os serviços de valor acrescentado compreendem as

actividades de *billing* (facturação), instalação, formatação e consultoria em multimédia, dos conteúdos que posteriormente serão recepcionados e transmitidos por aparelhos indispensáveis ao uso dos serviços de informação, entretenimento e comunicação (Landerset, 2004).

Os aparelhos receptores dos conteúdos circunscrevem o estúdio mais próximo do cliente, que inclui os equipamentos necessários à recepção do conteúdo produzido, agregado e transmitido, logo, indispensáveis ao uso dos serviços de informação, entretenimento e comunicação. Os aparelhos receptores englobam as televisões digitais, os videofones, os telefones móveis, o PC e o PDA, entre outros (Landerset, 2004).

5.4. CINEMA DOCUMENTAL EM PLATAFORMAS MULTIMÉDIA

O cinema é a mais técnica das artes. Actualmente a sua aprendizagem e a sua apreciação são determinadas pela sua condição de arte técnica. Hoje em dia, as experiências com realidade virtual, vídeo jogos, projectores, animações, redes e *softwares*, parecem implicar em todos os momentos um índice técnico extraordinário. As potencialidades da técnica cinematográfica, nos seus múltiplos elementos, não pararam de seduzir os cineastas (Nogueira, 2010).

Pode destacar-se o documentário *web* como um exemplo dessa interactividade, uma vez que é concebido por elementos multimédia ou através de uma produção documental que difere da mais tradicional forma de vídeo, áudio e fotografia, pela aplicação de um conjunto completo de ferramentas multimédia. A capacidade multimédia interactiva da Internet fornece aos documentaristas um meio único para criar produções não-lineares que combinam fotografia, texto, áudio, vídeo, animação e infografia (Rea, 2010).

O multimédia, nomeadamente, a Internet tem fomentado muitas oportunidades para o cinema, sendo uma mais-valia para a mediatização dos produtos e um potencial para criar uma mensagem integrada e consistente em todas as plataformas *on-line*, tais como as redes sociais. A Internet pode ser usada para promover a consciencialização sobre o projecto, para angariar fundos, para chegar ao enredo e à equipa, e, eventualmente, pode ser indispensável na óptica da distribuição (Rea, 2010).

Sendo assim, a Internet é uma ferramenta e, como tal, pode ser empregue em qualquer extensão que o utilizador desejar. Cabe ao realizador decidir até que ponto deseja aproveitar-se das suas potencialidades (Block, 2008).

5.5. O MULTIMÉDIA E AS INDÚSTRIAS CRIATIVAS CULTURAIS

O impacto das tecnologias da informação e da comunicação (TIC's) sobre as indústrias criativas e culturais está directamente relacionado com a procura de perspectivas futuras no seu mercado e nos seus modelos de negócio (Jehle, 2010).

Assim, novos produtos e serviços, bem como, produtos e serviços reinventados, são agora trazidos para o mercado cada vez mais personalizado, mais eficaz e mais rápido, que beneficia ao longo de toda a cadeia de valor de ferramentas tecnológicas mais avançadas (Creeber, 2009).

As pessoas vão-se adaptando a uma rotina de que faz parte uma cultura mais participativa e demarcada pela maior mobilidade, interactividade e pela necessidade de delimitar uma identidade (Creeber, 2009).

Os novos média digitais têm, pois, facilitado, por um lado, uma expansão em termos de fontes de conteúdo e têm também permitido, por outro lado, que as próprias pessoas acedam ao conteúdo de maneira diferente e, cada vez mais, em termos próprios, o que indica novas formas de uso do consumidor (Creeber, 2009).

5.5.1. AS TIC, O MULTIMÉDIA E O SEU IMPACTO NOS PRODUTOS CULTURAIS

A “revolução digital” pode ser entendida como um termo que traduz os efeitos da rápida expansão dos dispositivos digitais, tais como, os computadores e todo o tipo de telecomunicações, associada a uma queda do seu custo. A chegada dos média digitais alterou o mundo, a maneira como se pensam as coisas e a ideia que se tem de nós próprios (Creeber, 2009).

Desta forma, a cultura digital fica associada a uma acelerada mudança social, onde ocorreram não só inovações tecnológicas, como também transformações sociais num muito curto espaço de tempo. A cultura digital é definida, ainda, como uma cultura de acesso “*on demand*” ao conteúdo, que depois de pago ou partilhado através da

tecnologia “*peer-to-peer*”, pode ser acedido pelos utilizadores a qualquer momento e em qualquer local (Helms, 2006).

Verificou-se ademais uma convergência dos diferentes tipos de média, que quando conjugados entre si se tornam indistinguíveis, como por exemplo, quando os filmes são distribuídos pela Internet e disponibilizados para *download* ou quando os *podcasts* de programas de rádio podem ser ouvidos em qualquer equipamento MP3 ou até no computador (Helms, 2006).

Estes diferentes fragmentos de média, que se tornam conteúdo, convergem no que diz respeito à entrega do conteúdo e ao dispositivo em si, tanto em termos de ferramentas como de “lugares” para aceder, desta forma, assistir a um filme num ecrã de computador deixou de ser considerado algo estranho nos dias de hoje (Creeber, 2009).

Assim, os conteúdos dos média digitais, são agora facilmente acedidos e consumidos através destes dispositivos portáteis, não se restringindo, evidentemente, à música, aos filmes e à televisão (Creeber, 2009).

A cultura digital evoluiu também no sentido da criação de conteúdo, que passa a poder ser produzido por qualquer “utilizador-computador”. Este tipo de conteúdos podem consistir, por exemplo, em imagens ou vídeos digitais captados a partir da câmara de um telemóvel, que são fáceis de serem produzidos neste tipo de dispositivos e que podem também ser rapidamente carregados para a Internet e partilhados em *sites* como o *YouTube* ou nas mais variadas redes sociais (Helms, 2006).

Este rápido desenvolvimento dos novos média e das novas tecnologias da informação e da comunicação (TIC’s), tem o potencial de transformar a natureza das esferas públicas, abrindo e multiplicando novos canais de comunicação, para que exista uma proliferação de novas vozes, de novos utilizadores/consumidores mais activos e participativos (Helms, 2006).

A interactividade representa, pois, uma nova capacidade para uma comunicação recíproca, bidireccional, atribuível a um meio ou relação de comunicação. A interactividade permite um ajustamento mútuo, uma co-orientação, um controlo mais fino e uma maior eficiência na maioria das relações e processos comunicacionais. A

característica que melhor define os “novos média” é o seu grau de interactividade, que é possível graças à digitalização (McQuail, 2003).

Deste modo, a interactividade possibilita a emergência de novas redes que fomentam um conjunto de pontos de conexão, que podem ser pessoas, lugares, organizações, máquinas, entre outros. Na comunicação o interesse foca-se no fluxo de informação que se gera através das “linhas” de uma rede, com particular referência para a sua capacidade de transmissão e interactividade, bem como, a quem é que se está ligado de modo mais ou menos forte ou exclusivo. O termo “sociedade em rede” foi cunhado por teóricos (por ex.: Castells e Van Dyke) como forma alternativa de expressar a realidade da sociedade de informação (McQuail, 2003).

Esta evolução tecnológica tem como característica central o aumento exponencial da produção e do grande fluxo de todos os tipos de informação, que se deve maioritariamente aos seus custos reduzidos de produção e transmissão, logo após a monitorização e a computação. Existe uma tendência sempre decrescente para a distância e para o custo da comunicação, e sempre crescente para a velocidade, volume e interactividade das possibilidades de comunicação. Apesar da importância destas tendências, não foi de facto estabelecido que alguma transformação revolucionária da sociedade tenha ocorrido como resposta a mais um grau no desenvolvimento do capitalismo (Helms, 2006).

Todavia, a característica fundamental dos novos média electrónicos é a sua capacidade em se ligarem uns aos outros. Assistimos à evolução de uma rede de comunicação, universal e interligada, de textos áudio e vídeo electrónicos, que irá atenuar as diferenças entre a comunicação interpessoal e a comunicação de massas, a comunicação pública e a comunicação privada, em que o resultado final será um pluralismo intelectual e um controlo personalizado sobre a comunicação (Helms, 2006).

6. DOCUMENTÁRIO, “REViravolta” – UM CASO PRÁTICO DE CINEMA DOCUMENTAL EM PLATAFORMAS MULTIMÉDIA

Com a criação, produção e realização do documentário “REviravolta”, que faz parte integrante desta dissertação enquanto trabalho prático, procuramos obter uma clara exemplificação de como aquilo que foi referido a nível teórico na presente dissertação se pode converter em obra.

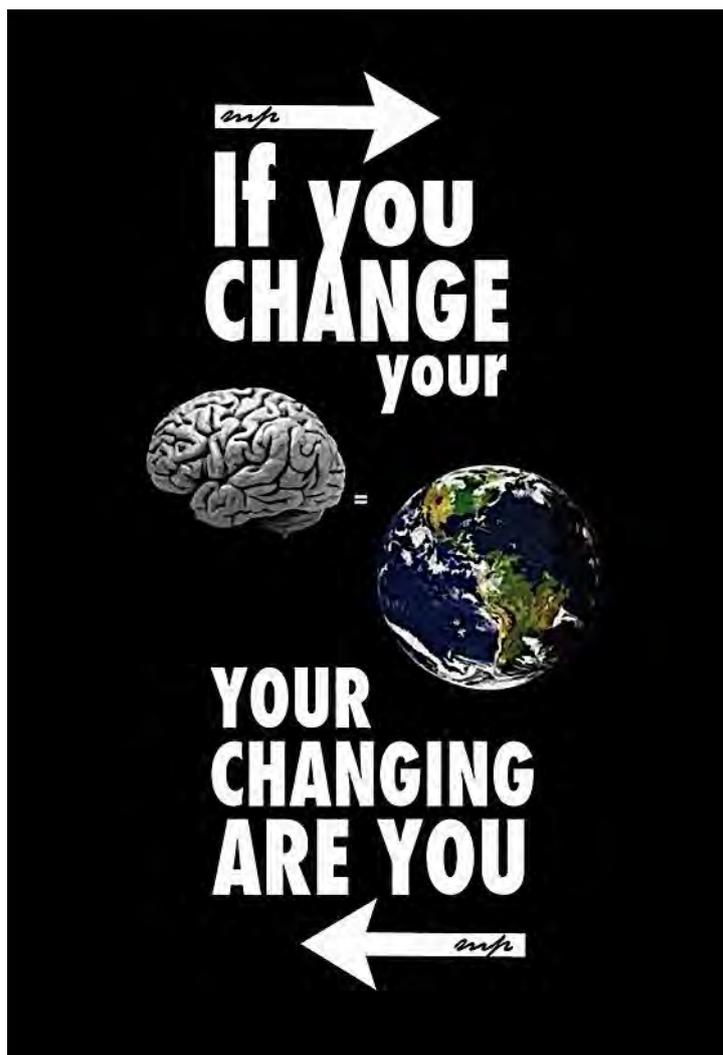


Ilustração 10 - Poster do documentário “REviravolta” – parte prática da dissertação (Ilustração nossa, 2012)

Assim sendo, foi criada uma ilustração que serve como *poster* de apresentação do documentário e da temática abrangente. Pelo que, em consonância com a conclusão que o filme apresenta – a essência da educação para a prevenção de casos de exclusão social e de marginalidade – simulou-se uma pequena equação onde se demonstra que o cérebro é o próprio mundo, dado que a representação de tudo o que

um ser humano possa interpretar é feita a partir daquele. Deste modo, pode afirmar-se que o cérebro é equivalente ao mundo de determinada pessoa, utilizando-se o *lettering* em inglês de modo a tornar o *poster* interpretável a nível mundial – “Se mudares o teu cérebro, estás a mudar o teu mundo.”. A própria leitura é feita, numa primeira parte, de cima para baixo e da esquerda para a direita, sendo que a segunda parte do *slogan* lê-se de baixo para cima e da direita para a esquerda, de modo, a salientar que por vezes é necessário interpretar as mensagens que o mundo apresenta – através de pequenos sinais, que neste caso são as setas colocadas junto ao *lettering* – sendo que algumas das mensagens fornecidas, muitas vezes, não são lineares ou apresentam uma maior complexidade.

Deste *slogan* emerge a mensagem de que é possível mudar o mundo, porque cada um vive no seu próprio mundo, independentemente de existirem leis e regras que regulam a sociedade, que quando não interpretadas da melhor maneira são corrompidas dando origem a situações de marginalidade.

6.1. METODOLOGIA APLICADA

6.1.1. PERGUNTA DE PARTIDA

Que medidas podem ser tomadas para a prevenção do aumento da marginalidade e da criminalidade associada, originadas pela exclusão social?

6.1.2. A EXPLORAÇÃO

O modo como foi articulado o questionário e as respostas das entrevistadas exploratórias encontram-se *infra* no ponto 6.1.4. – Construção do Modelo de Análise - na medida em que as respostas às entrevistas são parte integrante da demonstração alusiva à construção do produto vídeo, bem como, são parte integrante da parte prática da presente dissertação, estando inseridas no documentário “REviravolta”. O seu questionário encontra-se disponível no apêndice D da presente dissertação e as respostas ao mesmo estão disponíveis num DVD – apêndice E – parte prática desta dissertação colocado na contracapa.

Entrevistas Exploratórias:

Doutor Manuel Carlos Silva – Professor catedrático na área disciplinar de Sociologia no Departamento de Sociologia, Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho - <http://cics.uminho.pt/pt/manuel-carlos-silva/>

Mestre Carlos Céu e Silva – Psicólogo Clínico, Escritor, Presidente e fundador da Associação Olhar - <http://www.assolhar.com/p/home.html>

Doutor Jorge Valadares – Professor de Física na Universidade Aberta - <https://sites.google.com/site/profjorgevaladares/>

Nuno Jardim – Presidente do C.A.S.A. (Centro de Apoio ao Sem- Abrigo) - http://casa-apoioaosemabrigo.org/orgaos_sociais.html

Graça Mateus – Colaboradora do C.A.S.A. (Centro de Apoio ao Sem- Abrigo)

Professora Maria Lurdes Costa – Escola Sttau Luís Monteiro

Professora Catarina Ferreira – Escola Sttau Luís Monteiro

Carlos – Indivíduo sem-abrigo.

6.1.3. A PROBLEMÁTICA

A problemática assenta sobre um conjunto de questões da sociedade contemporânea portuguesa e do papel da comunicação, nomeadamente, do cinema documental, na representação dessa problemática.

Quanto à problemática do documentário “REviravolta”, que constitui a parte prática da presente dissertação, serão analisados os factos que passamos a indicar *infra*:

- Com o actual agravamento da situação económico-financeira em Portugal, são cada vez mais as famílias que vivem abaixo das condições mínimas de sobrevivência;
- O constante desinvestimento no sector da educação por parte do Estado torna-se alarmante, na medida em que só a educação e o ensino podem preparar qualquer cidadão para participar e interagir em sociedade;

- Os cortes nos subsídios de reinserção social poderão provocar um grave acréscimo de casos de marginalidade, o que implicará para o Estado um maior investimento na segurança pública. Sendo que, a Policia Judiciária já alertou para um crescimento duplicado do número de assaltos à mão armada, em comparação com o ano (2012);

- A crescente pressão e competitividade exercida sobre e pela própria sociedade não permitem segundas oportunidades, levando a que um número indeterminado de pessoas permaneça ignorado pelas ruas, sem direito à reintegração social, sobrevivendo da solidariedade de centros sociais que, muitos deles sem as ajudas do Estado, travam uma luta diária contra a fome em prol da dignidade humana;

Para uma análise mais aprofundada destes factos, tentou-se através do depoimento de vários profissionais de áreas distintas, como a psicologia, a sociologia, a educação e a ciência, bem como, com o depoimento de pessoas que desenvolvem acções sociais, perceber que medidas podem ser tomadas para fazer face ao aumento da criminalidade em Portugal, que é consequência do aumento da exclusão social.

Assim sendo, toda a análise tem por base as informações e as notícias relacionadas com a problemática do projecto que foram sendo emitidas pelos meios de comunicação social entre os anos de 2012 e 2013, bem como, os depoimentos recolhidos nas entrevistas realizadas e as analogias feitas entre os dados fornecidos pelo sítio *on-line* PORDATA – Base de Dados Portugal Contemporâneo, disponível para consulta em www.pordata.pt.

6.1.4. CONSTRUÇÃO DO MODELO DE ANÁLISE

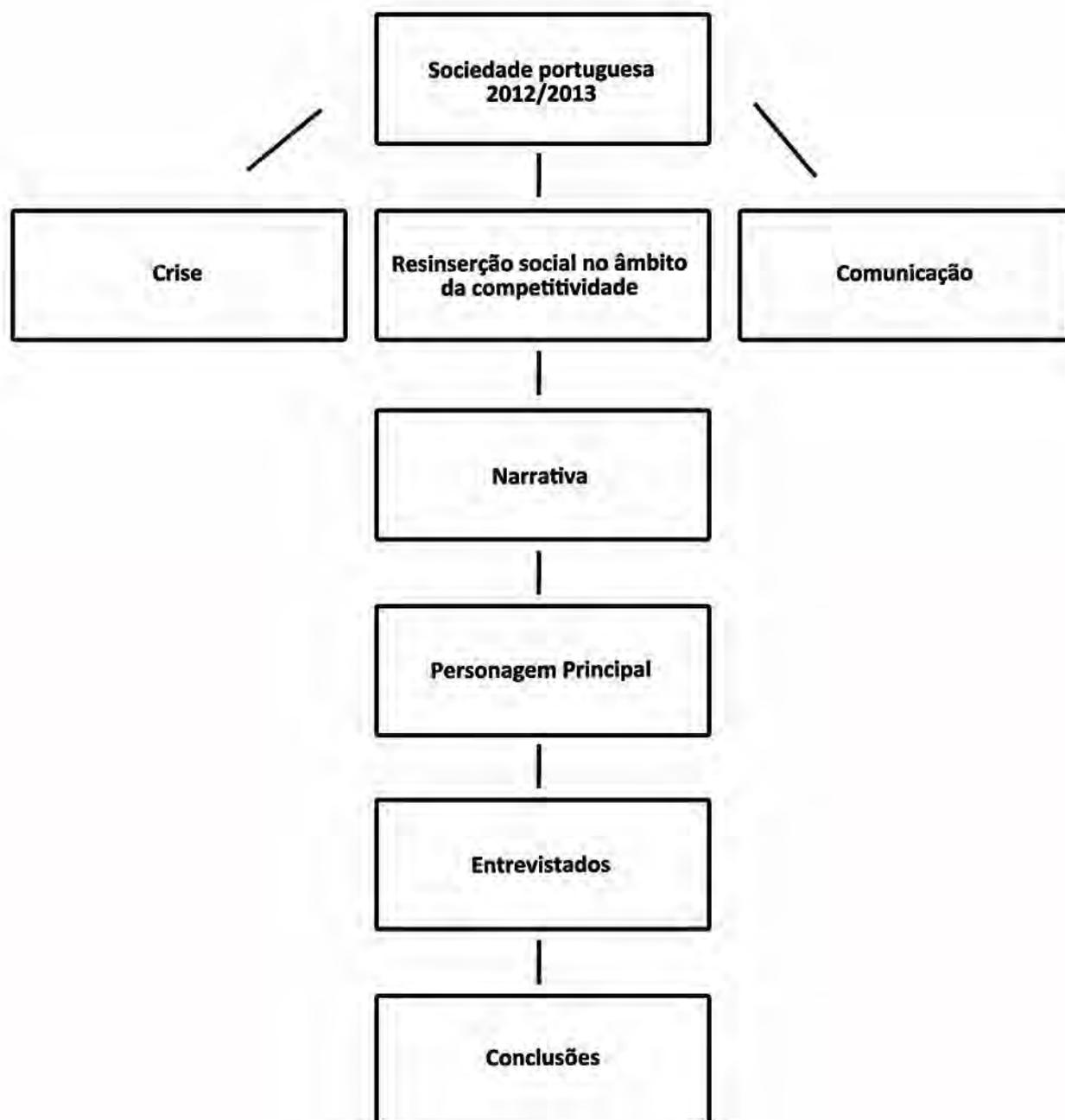


Ilustração 11 - Modelo de análise (Ilustração nossa, 2013)

6.1.5. A OBSERVAÇÃO

A educação é fundamental para o crescimento de qualquer ser humano. É também um aspecto essencial para orientar o indivíduo a viver em sociedade facultando as

ferramentas para que este possa integrar-se e interagir dentro da mesma. Porém perante a atitude e mentalidade discriminatória da generalidade das pessoas que vivem na nossa sociedade, muitos são os que se sentem desenquadrados, acabando por desistir de lutar pela sua integração social devido a exclusão social que se verifica essencialmente entre os mais e menos ricos com mais ou menos posse de bens.

A pobreza funciona, frequentemente, como uma ponte para a exclusão, sendo que aquela engloba um conjunto de características multidimensionais que articulam um baixo nível de rendimento com um baixo grau de escolaridade, uma saúde precária, uma fraca integração no mercado de trabalho e no tecido social, tornando-se por isso um factor de potencial marginalização (Silva, 1989).

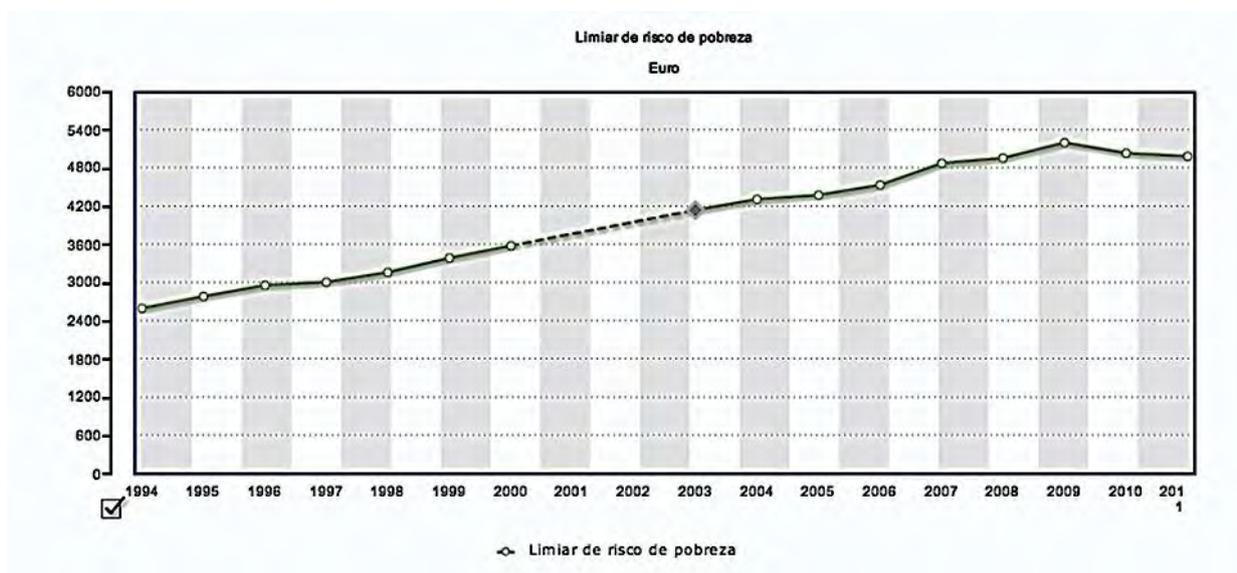


Ilustração 12 - Limiar de risco de pobreza (PORDATA, 2013)

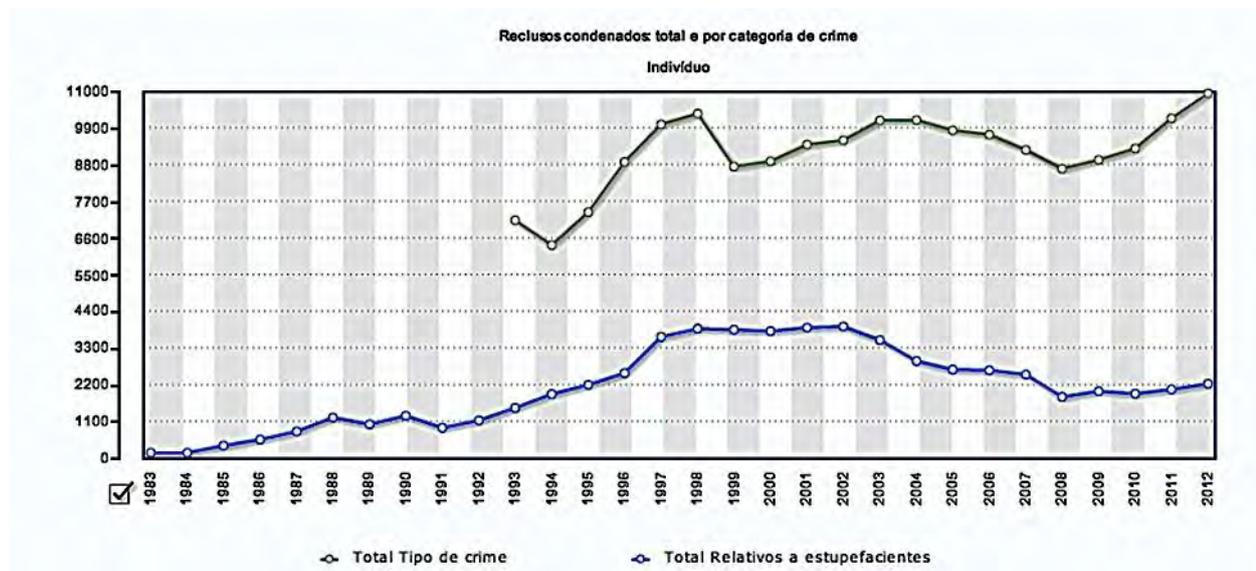


Ilustração 13 - Reclusos condenados por categoria crime (PORDATA, 2013)

Se for feita uma análise comparativa entre a evolução do gráfico relativo ao limiar de risco de pobreza e entre o gráfico de reclusos condenados por categoria de crime - gráficos retirados do sítio *on-line* PORDATA – Base de Dados Portugal Contemporâneo - concluímos que ambos apresentam uma evolução que demonstra o aumento desses problemas sociais, que podem resultar em graves consequências para a sociedade. Mesmo que em alguns anos se verifique alguns decréscimos face a anos anteriores, se for feita uma análise entre os anos 1994 até 2011, a conclusão a que se chega é que se tem verificado uma permanente evolução no crescimento da pobreza e dos índices de criminalidade.

Um dos motivos que pode explicar a exclusão social é o desinteresse do indivíduo pela participação activa junto da sociedade, que nalguns casos é fortemente influenciado por um ‘quase’ determinismo social de que quem nasce pobre, morre pobre.

O nosso quotidiano civilizado está repleto desses indivíduos, seres que mantendo uma similar aparência física, se afastaram de tal maneira da humanidade que perderam o laço comum. Pelo que nestes casos estão reunidas as condições objectivas e morais para a chacina dos homens-lixo, sendo que essa é já uma prática quotidiana, imposta pelas autoridades, desculpada pela moral pública e exigida pela economia (Moura, 2000).

6.1.6. A ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES

Após uma investigação de campo realizada durante as entrevistas e no acompanhamento de actividades desenvolvidas no âmbito de projectos de solidariedade social, inferiu-se o seguinte:

Uma fraca educação poderá levar à exclusão social de um determinado indivíduo;

Após o indivíduo sentir-se socialmente excluído, pode adoptar uma atitude marginal devido à sua necessidade humana de garantir a sua sobrevivência e de satisfazer as suas necessidades básicas;

"A partir de uma análise efectuada pelo OSCOT (Observatório de Segurança, Criminalidade Organizada e Terrorismo), o ministro da Administração Interna, Miguel Macedo, admitiu que existe um agravamento da criminalidade grave, violenta e organizada este ano (2013), uma tendência que tem vindo a aumentar desde o ano passado." Fonte, Diário de Notícias;

A maioria dos problemas que originaram as catástrofes sociais de que muitos países da América Latina são alvo, são agora parte dos problemas de Portugal. Segundo a fonte do Jornal de Notícias, o presidente da Rede Europeia Anti-Pobreza, o padre Jardim Moreira, afirma que o Orçamento do Estado vai deixar Portugal com "mais de três milhões de pobres". O que representa 30% da população;

A marginalização de um indivíduo afasta-o completamente da sua interacção e aceitação por parte da sociedade, levando-o à 'eliminação' ou exclusão social, que faz com que este padeça nas ruas, sem direito a casa, saúde e alimentação;

Apesar de ser um problema gravíssimo, a pobreza extrema não é o problema mais grave, até porque em Portugal existe um grande número de instituições e de pessoas dotadas de um carácter muito solidário. Porém, a consequência directa dos altos índices de pobreza, é o aumento da criminalidade. Pelo que, Portugal deve estar, seriamente, atento a este fenómeno social, por forma a evitar que a sociedade portuguesa sofra a perda da sua típica harmonia, embalada ao som do fado, substituindo-a por uma realidade de agressividade e temor constante já habitual em outros países, nomeadamente, no Brasil."

A solidariedade social contribuiu fortemente para uma harmonia social, evitando danos ou manifestações por parte de indivíduos que numa situação de depressão poderiam cometer actos criminosos e evita também a eminência de uma guerra civil”;

É essencial não esquecer a componente animal de cada ser humano, sendo que a diferença entre um animal selvagem“ e um animal doméstico“, passa somente pelo modo de acesso à alimentação indispensável à sua sobrevivência;

A solidariedade social é a única maneira de minimizar as situações de pobreza extrema. Actualmente, apesar dos constantes investimentos e evoluções tecnológicas e dos paradigmas sociais, ainda não existe nenhuma solução à vista para o combate à pobreza;

A educação é uma das formas mais viáveis e reais de precaver casos de marginalidade, uma vez que é muito difícil reverter estes casos, na sua maioria oriundos de famílias pouco instruídas e/ou pobres, como se pode verificar no depoimento do sem-abrigo Carlos, entrevistado no documentário;

"A educação é um processo social, é desenvolvimento. Não é a preparação para a vida, é a própria vida." Dewey, John;

Os actos marginais são o único ~~trabalho~~“ possível de desempenhar por um indivíduo socialmente desinserido ou socialmente marginalizado, não só porque não se encontra preparado para participar activamente em sociedade, mas também, porque a sua situação garante-lhe um afastamento social, que resulta dos preconceitos ou das desconfianças baseadas num passado manchado ou judicialmente cadastrado.

6.1.7. CONCLUSÕES

Como já vimos, os índices de pobreza influenciam os níveis de criminalidade. Podemos afirmar que a pobreza é um dos principais problemas sociais que fomentam a exclusão social e, conseqüentemente, a marginalização e/ou a criminalidade.

O voluntariado é uma das poucas vias que garante a subsistência de pessoas que se encontram em situações limiares de pobreza. Pois, numa sociedade solidificada sob os alicerces rígidos de uma economia muito competitiva, o voluntariado é dos poucos tipos de acção que pode ser realizada para fazer face à exclusão social, tendo em conta que este tipo de compromisso não traz qualquer tipo de vantagem lucrativa.

A educação é fundamental para garantir que uma pessoa consiga inserir-se socialmente através das vias previamente construídas e formuladas para a cooperação e integração social. Porém, não só a educação teórica deve ser a base do ensino, porquanto inúmeros jovens acabam por não ter a aptidão, a disponibilidade mental ou a estrutura cognitiva necessárias para adquirir muitos dos princípios teóricos das diferentes matérias que são leccionadas em aula.

Assim sendo, deverá recorrer-se a uma educação multifacetada, atenta às capacidades individuais de cada aluno, de modo a proporcionar ou a garantir a todos os cidadãos a sua participação cívica e evitando assim a sua exclusão social. Só desta forma é que é possível diminuir os índices de criminalidade violenta que têm vindo a aumentar cada vez mais em Portugal. Sendo que, mesmo que esta não seja a única solução para fazer face ao problema da pobreza, acaba por ser uma ferramenta muito forte para combater estas situações de instabilidade social.

6.2. FASES DA PRODUÇÃO

6.2.1. PRÉ-PRODUÇÃO

A primeira etapa da produção cinematográfica, nomeadamente, a etapa da pré-produção é a fase em que toda a ideia e o conceito são pensados de modo a constituir o objectivo ou a missão do projecto, normalmente, relacionados com questões de factualidade social, tecnológica ou natural.

No caso do documentário “*REviravolta*”, abordam-se questões de factualidade social com o intuito de descobrir possíveis explicações e resoluções para os problemas da mendicidade, da marginalidade e da exclusão social.

Na concepção desta etapa da pré-produção, consoante as metodologias e/ou método de trabalho de cada realizador, os projectos podem constituir-se de vários modos quanto à forma como se organiza toda a sua investigação.

Na elaboração da parte prática da presente dissertação, procedeu-se à constituição de uma estrutura baseada no Capítulo Três, das etapas de procedimento de Quivy (1995).

Este é um documentário observativo, devido a toda uma investigação de campo que consistiu em frequentar determinados pontos ou locais em análise (Associação

C.A.S.A., Associação Olhares, Associação dos Psicólogos Portugueses, entre outras), para posteriormente tentar-se relacionar todos os elementos recolhidos durante essa investigação de campo.



Ilustração 14 - Associação Olhar (Ilustração nossa, 2013)



Ilustração 15 - Associação C.A.S.A. (Ilustração nossa, 2013)



Ilustração 16 - Universidade do Minho (Ilustração nossa, 2013)



Ilustração 17 - Universidade Lusíada de Lisboa (Ilustração nossa, 2013)

A realização deste projecto teve o intuito de captar as realidades e as opiniões de situações relacionadas com os problemas sociais já enunciados. Assim sendo, o género documental utilizado é baseado numa visão sociológica, que tenta perceber e apresentar acções sociais, como a solidariedade e a educação, de modo a amenizar os referidos problemas, nomeadamente, a exclusão social e a marginalidade. Na óptica dos entrevistados a educação serve como via de prevenção social.

Entretanto, de maneira a dividir o filme segundo os temas chave do projecto, utilizei um tipo de montagem baseado em vários métodos, sendo os mesmos:

A citação, devido ao facto, de se retirarem excertos de vídeos de terceiros ou de arquivos, bem como, imagens de arquivo de alguns jornais, para fundamentar pensamentos e partes das entrevistas realizadas.



Ilustração 18 - Arquivo RTP (RTP, 1980)



Ilustração 19 - Arquivo SIC (SIC, 2012)



Ilustração 20 – Jornal Público (Jornais e Revistas, 2012)



Ilustração 21 – Jornal de Notícias (Jornais e Revistas, 2012)

A metonímia, uma vez que utilizou-se um tema central, a exclusão social, e consequentemente, desenvolveram-se várias relações, entre indivíduos ou situações, a partir de um princípio de conexão aquele tema, seja de ordem causal ou sucessiva.

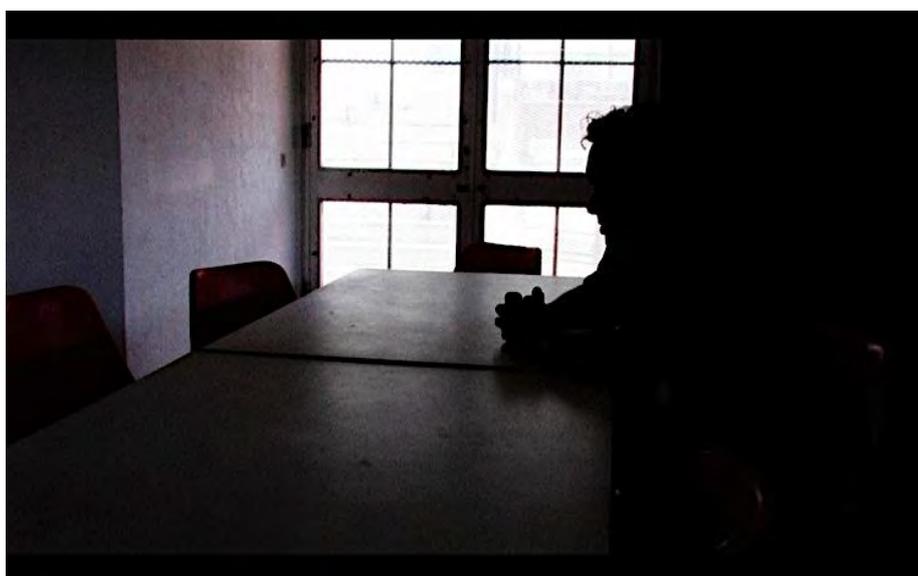


Ilustração 22 - Carlos, sem-abrigo (tema central como exemplo de um caso de exclusão social) (Ilustração nossa, 2013)

E, por fim, o paralelismo, sendo este o método utilizado pelo realizador como forma de encontrar um ponto de semelhança entre as respostas dadas a todas as perguntas feitas às pessoas entrevistadas.



Ilustração 23 – Doutor Jorge Valadares (Ilustração nossa, 2013)



Ilustração 24 – Presidente do C.A.S.A. Nuno Jardim (Ilustração nossa, 2013)



Ilustração 25 – Mestre Carlos Céu e Silva (Ilustração nossa, 2013)



Ilustração 26 – Dr.ª Lurdes Costa (Ilustração nossa, 2013)

Outro método de montagem utilizado, desta feita, relativamente ao som, foi o Leitmotiv, que compreende a associação de pequenos trechos de música, consoante a tensão que o tema cria, e consoante as personagens (entrevistado) e imagens que surgem no filme.

6.2.1.1. SINOPSE

As alterações económico-financeiras que Portugal tem suportado por forma a equilibrar a sua economia, ainda que as mesmas sejam estritamente necessárias para a estabilidade do país, têm resultado num acentuado empobrecimento da classe produtiva. Consequentemente, em função dessas alterações, as situações mais fragilizadas têm tendência para converterem-se numa nova realidade dentro dos parâmetros da marginalização, na criminalidade. Numa sociedade em que a economia rege a maioria das relações sociais, a prevenção da exclusão social e da criminalidade

é essencial para garantir a segurança pública e a continuação da produtividade económica. Para o Estado, apesar de todo o ser humano ter o direito à vida e a beneficiar das condições mínimas de sobrevivência, um sem-abrigo representa um investimento sem retorno uma vez que a sua condição é dificilmente reversível. Pelo que, esse investimento deveria ser prestado pelo Estado no início da estruturação da vida de cada indivíduo, por meio da educação e do ensino, e não numa última etapa onde já não se reúnem as condições necessárias, nem a força da juventude para uma reviravolta.

6.2.2. PRODUÇÃO MULTIMÉDIA

A produção multimédia é uma das etapas fundamentais para garantir o escoamento do produto. Após a primeira etapa da produção cinematográfica, a pré-produção, deve proceder-se a uma análise sobre o tema escolhido para a construção da narrativa, com o intuito de dividir o filme por módulos agrupáveis num DVD, consoante os temas (capítulos) e extras, de maneira a atribuir o maior número de elementos possíveis que fundamentem a construção de um DVD, assim como para garantir um maior interesse do consumidor em adquirir o produto.

Contudo, os temas ou as questões em análise numa produção cinematográfica não devem limitar-se a questões locais ou nacionais, deve ter-se também em conta os aspectos da produção cinematográfica que podem ser salientados na construção dos produtos multimédia para atrair consumidores estrangeiros e entrar em outros mercados, de modo a fomentar a exportação das produções nacionais. Para tal, deve ser feita uma análise externa sobre as sociedades com o intuito de se perceber de que modo devem ser construídos os produtos por forma a torná-los atrativos em mercados externos. Não obstante, deve ter-se sobretudo em conta os aspectos internos da sociedade para garantir a inserção do produto no mercado ou país onde é produzido. Atenta esta necessidade dos temas ou questões em análise numa produção cinematográfica incidirem quer sobre os aspectos internos, quer sobre os aspectos externos da sociedade, elaborou-se uma pequena estrutura exemplificativa – ilustração 27 – onde são relacionados os aspectos externos e internos do projecto que constitui a parte prática da presente dissertação, e que segue *infra*.



Ilustração 27 - Modelo de construção de produção multimédia (Ilustração nossa, 2013)

Os aspectos internos compreendem a análise de questões que dizem respeito, somente, a um público português ou residente em Portugal, que já tem algum conhecimento social sobre as mesmas, proveniente das suas vivências, que complementam a sua estrutura cognitiva, por forma a poderem comprovar ou não determinadas realidades apontadas no filme.

Os aspectos externos compreendem todos aqueles campos que podem ser analisados e discutidos por qualquer cidadão estrangeiro ou não residente em Portugal, uma vez que os assuntos sociais abordados são problemas com os quais se deparam todas as sociedades a nível mundial. Pelo que a percepção daqueles aspectos é também para estes um interesse e uma preocupação.

Deste modo, interligando-se todos os aspectos, internos e externos, numa narrativa que é construída na última fase de uma produção cinematográfica (pós-produção), obtém-se o filme construído na óptica da Multimédia. Deverá, ainda, ter-se em conta a necessidade de aplicar a obra a plataformas para a sua comercialização e expansão, com a consciência da importância da obtenção de um espaço em mercados internacionais mais fortes e maiores que o mercado português, surgindo daqui a necessidade de distinguir os aspectos internos e externos de uma construção cinematográfica na óptica da multimédia.

6.2.2.1. MODELO DE PRODUÇÃO

O produto que foi pensado para integrar a parte prática da presente dissertação, passa pela aplicação de um documentário a um produto multimédia, nomeadamente, um

DVD, dividido em cinco módulos que proporcionam a interactividade do utilizador, assim como, organizam e facilitam a consulta do mesmo.

A divisão ou o guião utilizado compreende, pois, a estrutura que será utilizada na organização e adaptação do projecto às novas possibilidades de construções da multimédia, designadamente, DVD's, *Blu-ray's* e plataformas *on-line*, como por exemplo, as páginas do sítio *on-line* designado por *Facebook*. Utilizou-se, portanto, o seguinte esquema:

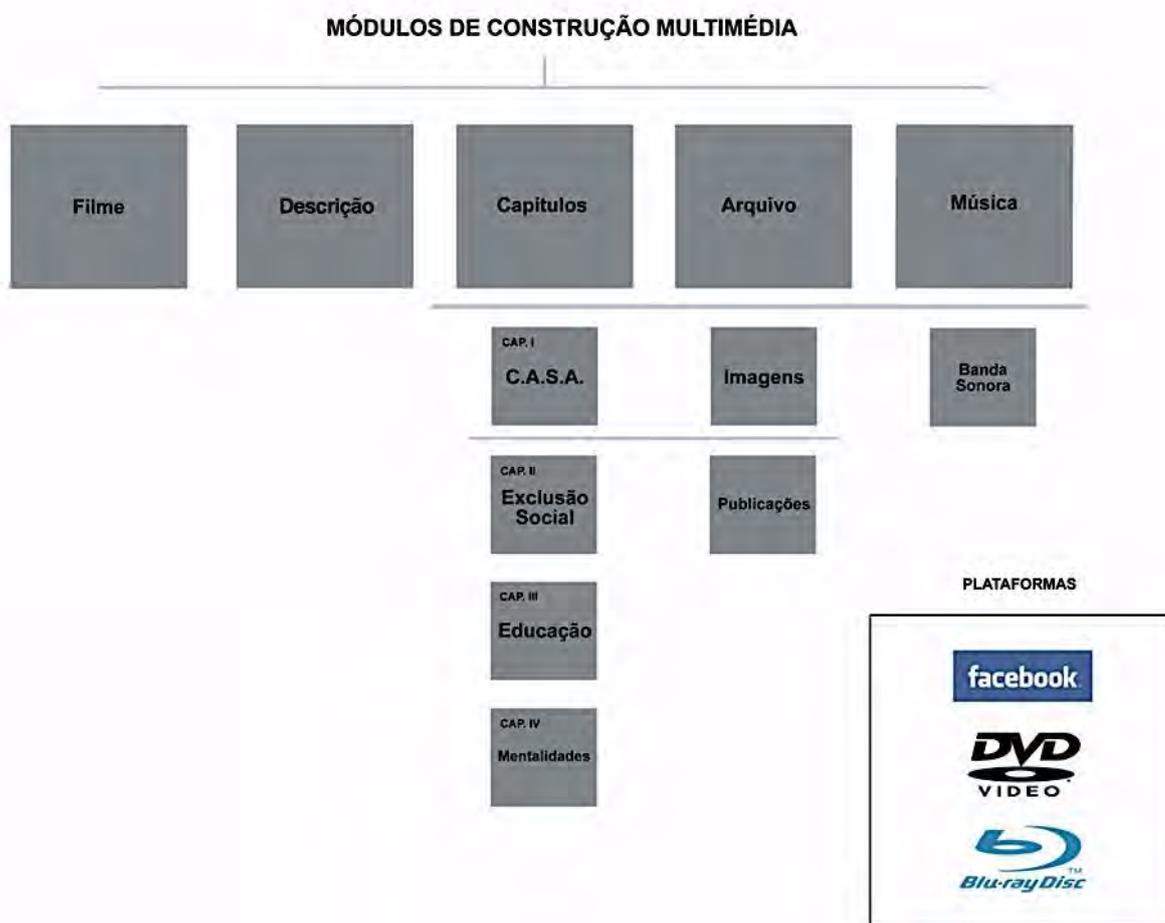


Ilustração 28 - Modelo de construção de produção multimédia (Ilustração nossa, 2013)

Se desconstruirmos cada um dos módulos apresentados no esquema representado *supra*, poderemos concluir o seguinte:

No primeiro módulo insere-se todo o documento em discurso vídeo, de modo, a que o utilizador tenha acesso a um vídeo que foi construído e pensado por um realizador

com o intuito de transmitir-lhe determinada mensagem. Relativamente ao tema (mensagem) do documentário desenvolvido como parte prática integrante da presente dissertação, o mesmo passa pela elucidação de conceitos como a exclusão social e a marginalidade, tendo em conta o valor da educação na prevenção destes dois factores prejudiciais para a sociedade.

O segundo módulo passa pela composição escrita da obra que o DVD contém, para que o utilizador possa retirar, autonomamente, as suas próprias ilações da matéria investigada e aplicada no produto, bem como, retirar mais alguma informação que não foi abrangida na narrativa do filme, uma vez que no vídeo não é possível abordar todos os subpontos do tema, por uma questão de durabilidade da narrativa, que não deve ser demasiado extensa por forma a não cansar o utilizador. Assim sendo, os utilizadores que estejam interessados em perceber os assuntos abordados com mais profundidade têm, assim, acesso aos documentos neste segundo módulo, que serve também como prova do estudo científico sobre o qual a obra se constituiu.

No terceiro módulo do DVD, integram-se os diversos capítulos do filme, divididos por tema, nomeadamente, o trabalho desenvolvido pelo C.A.S.A., a discussão sobre exclusão social, a educação e as mentalidades sociais. É neste módulo que o utilizador pode escolher, de modo imediato, que parte específica do filme pretende visualizar, em função do tema abordado. Este módulo serve como base para a organização e divisão do produto em trechos mais pequenos, de modo a que o utilizador possa utilizá-los da maneira que bem entender. Por exemplo, um sociólogo pode escolher um capítulo do filme, como a exclusão social e apresentar o trecho relativo a este tema a uma turma ou a um público, como introdução de uma apresentação oral, facto que é muito comum em congressos.



Ilustração 29 - Capítulo 1 / Solidariedade social do C.A.S.A. (Ilustração nossa, 2013)



Ilustração 30 - Capítulo 2 / Exclusão social (Ilustração nossa, 2013)

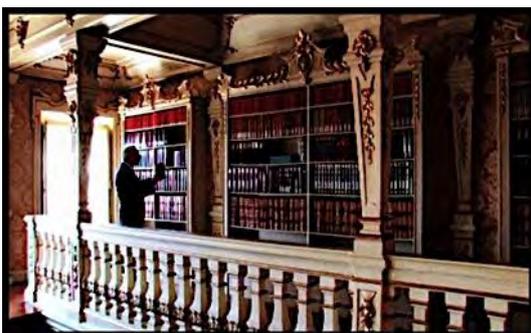


Ilustração 31 - Capítulo 3 / Problema e desenvolvimento (Ilustração nossa, 2013)



Ilustração 32 - Capítulo 4 / Conclusões/soluções (Ilustração nossa, 2013)

No quarto módulo, designado por arquivo, é possível aceder a documentos estudados para a concepção do filme e ter acesso a imagens relacionadas com a investigação de campo, bem como, aos excertos utilizados na interligação de partes da narrativa do documentário, como por exemplo, imagens de arquivo de filmes do Comité ucraniano de Fotografia, Cinema e Direcção (VUFKU) ou imagens de arquivo das principais estações de televisão portuguesas (SIC, TVI e RTP).



Ilustração 33 - Arquivo Comité Ucraniano de Fotografia, Cinema e Direcção (VUFKU, 1929)



Ilustração 34 - Arquivo TVI (TVI, 2012)

6.2.3. PRODUÇÃO

Nesta etapa, após uma investigação de campo, normalmente desempenhada pelo realizador do documentário, que precisa envolver-se com todo o ambiente da investigação de modo a perceber aquilo que pode captar para a narrativa, procede-se a uma comunicação com base em troca de *e-mails* ou outras vias *on-line*, que levará à constituição de uma lista de eventuais contactos a serem entrevistados para a construção da narrativa do documentário. Na construção do documentário “REviravota” elaborou-se uma lista de contactos, entrou-se em contacto com os intervenientes, marcaram-se as datas para apresentar a proposta (fase de negociação e apresentação do projecto) e, posteriormente, marcaram-se as datas para a realização das entrevistas e das respectivas filmagens.

Após ser delineado o processo construtivo, elaborou-se um orçamento com uma lista onde se discriminou detalhadamente o material necessário para a realização do projecto, nomeadamente, cassetes, aluguer de material de captação de áudio, custos de deslocação (transportes públicos e privado), alojamento, entre outros, de modo a perceber quais seriam os custos da produção e se seriam suportados de modo autónomo ou se seria necessário recorrer a financiamentos de terceiros.

Na ilustração número 36 que segue infra encontra-se a estrutura utilizada na etapa de produção do documentário que constitui a parte prática integrante da presente dissertação – apêndice E - onde consta um exemplo do modo como o processo foi organizado e realizado.

1.4.2. Entrevistas Exploratórias

- **Dr. Manuel Carlos Silva - Presidente da Associação de Sociologia/professor na Universidade do Minho (FEITO)**
- **Nuno Jardim – Vice-Presidente da CASA – Centro de Ajudo ao Sem-Abrigo (FEITO)**
- **D. Carlos Azevedo, Bispo Auxiliar de Lisboa (artigo “Mendigos de Sentido”) (PROCURO CONTACTO)**
- **António Barreto – Sociologo (PROCURO CONTACTO)**
- **Orquestra Juvenil da Amadora – Projecto de Inclusão Social (AGUARDAR MARCAÇÃO)**
- **ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE PSICOLOGIA – app@appsicologia.org (http://www.psicologia.com.pt/profissional/entidades/ver_entidades.php?id=4&grupo=1)**
- **ASSOCIAÇÃO CENTRAL DE PSICOLOGIA – centraldepsicologia@gmail.com (<http://www.associacaocentraldepsicologia.pt/>)**
- **ASSOCIAÇÃO OLHAR - assolhar@gmail.com (<http://olhar.home.sapo.pt/>) (FEITO)**
- **CRETA – geral@cretatratamento.com (<http://www.cretatratamento.com/contacte-nos>) (RECUSADO)**
- **ASSOCIAÇÃO EPIS – geral@epis.pt (<http://www.epis.pt/epis/contactos.php>) (RECUSADO)**
- **Francisco Louça – Bloco de Esquerda (PROCURO POR CONTACTO)**
- **A escolher consoante disponibilidade deputado PSD (PROCURO CONTACTO)**
- **A escolher consoante disponibilidade deputado PS (PROCURO CONTACTO)**
- **POLICIA JUDICIÁRIA – CASO MARTELO DE PAPEL - (AGUARDAR MARCAÇÃO)**

Ilustração 35 - Exemplos de plano de produção /contactos (Ilustração nossa, 2012)

6.2.4. PÓS-PRODUÇÃO

A fase de pós-produção é a fase em que se une os resultados das fases de pré-produção e de produção para que se possa constituir um produto, no caso em apreço, uma obra cinematográfica. É nesta fase que se misturam todos os conteúdos recolhidos durante a fase de produção (filmagens, entrevistas, arquivos, imagens, sons, entre outros) trabalhando-os, tendo sempre por base a estrutura estabelecida na etapa de pré-produção. No entanto, apesar de se seguir uma missão inicialmente estruturada, é na fase de pós-produção que se concretiza uma das tarefas fundamentais para a construção do filme, a montagem.

Para muitos autores, nomeadamente, Eisenstein, a fase de montagem é crucial na construção da narrativa, sendo a partir desta que tudo ganha forma. É a partir daqui que se ganha uma noção verdadeira de tudo o que já temos para produzir aquilo que queremos, assim como, aquilo que ainda necessitamos obter para concluir o projecto.

É também na fase de montagem que se pode solucionar muitos dos problemas que as produções cinematográficas normalmente enfrentam, muitas vezes relacionados com os altos custos das produções. Tudo é possível na fase de montagem, tudo é constituível ou representável, pelo que é nesta etapa que o editor concentra-se em definir, muitas vezes após todo o visionamento do material disponível, o tipo de montagem e efeitos que irá seguir para passar a sua mensagem e constituir, assim, a sua narrativa de acordo com a ideia do argumentista e/ou do realizador.

As relações entre as etapas de produção que foram sendo exploradas durante a elaboração da presente dissertação, foram também desenvolvidas na prática pela realização do documentário apresentado *supra* e que se encontra compactado no dispositivo DVD colocado na antecapa da presente dissertação, onde é possível visualizar o documentário agora sob a forma de discurso vídeo.

7. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

7.1. CONCLUSÕES

Na sequência da investigação efectuada no âmbito da presente dissertação houve uma permanente preocupação de perceber os diferentes momentos metodológicos da investigação em ciências da comunicação para os aplicar à produção do cinema documental. Conclui-se, portanto, que é essencial consolidar a investigação e constituir documentos apoiados nas fases metodológicas para garantir a primeira fase da produção, nomeadamente, a pré-produção, com o fito de apresentar o projecto a eventuais patrocinadores, a canais de televisão, a financiadores, entre outros.

Assim sendo, a ligação da comunicação ao cinema documental é fundamental para a consolidação da mensagem ou informação que se pretende passar a um determinado público, bem como, auxilia na comunicação efectuada entre os grupos de trabalho das produções. Pelo que, nenhum conteúdo que tenha como missão estabelecer uma comunicação entre um emissor e um receptor deve ser alheio às noções da comunicação, por forma a atribuir um corpo sólido à mensagem, mesmo que esta seja muitas vezes estipulada através de uma comunicação para-social. Desta forma, constituem-se os documentos em discurso vídeo com uma moral/mensagem que ofereça à sociedade componentes informativas e educativas estabelecidas correctamente.

A elaboração de documentários baseados em factuais sociais, torna este tipo de comunicação em discurso vídeo num arquivo de informação disponível para vários efeitos, como por exemplo, para o auxílio à educação, à promoção do património cultural, à promoção do património territorial, servindo não só como base de estudo para as gerações actuais, mas também para as gerações futuras. Sendo que o documentário permite a apresentação de conteúdos de uma investigação de uma forma organizada e sintetizada, permitindo que uma vasta sequência de entrevistados dê a sua opinião sobre determinada temática, comprovando assim os temas abordados. Permite, ademais, a manipulação e apresentação de dados através de gráficos animados, de modo, a elucidar o pensamento dos visualizadores e em função da sua componente digital, efectuada sobre comunicação multimédia, pode ser

apresentado a um vasto número de pessoas em simultâneo ou até em localizações geográficas diferentes através da sua exposição em plataformas interactivas.

Ao nível da ciência, o documentário pode representar uma ajuda eficaz na apresentação de congressos baseados em investigações científicas, dado que, em determinados campos da ciência é essencial que as novas técnicas de abordagem cheguem a todos os cantos do mundo, uma vez que o ser humano é fisionomicamente igual, promovendo-se desta forma o avanço da ciência e contribuindo assim para um aumento da esperança média de vida.

O documentário poderá também constituir um arquivo sociológico de especial interesse para os estudos em diversas áreas das ciências sociais. Sendo que, no futuro, poderão existir mediatecas com acesso digital a um vasto leque de estudos e investigações, efectuadas e sintetizadas em documentários, substituindo assim as típicas bibliotecas que se conhecem nos dias de hoje, que apesar de tudo tornam-se fundamentais para uma investigação aprofundada de determinada área de especialização. Além do mais, o documentário pode facilmente enriquecer as estruturas cognitivas menos consolidadas, servindo até como auxílio para a descoberta de possíveis vocações profissionais.

A introdução do digital na cinematografia trouxe novas possibilidades ao cinema documental devido à interactividade que a comunicação multimédia possibilita na consolidação dos produtos. A interactividade da comunicação multimédia permite, pois, uma maior interacção entre os produtos consolidados e os consumidores, sendo que através da mesma o utilizador pode tornar-se no coordenador do projecto, nomeadamente, quanto à ordem de apresentação dos conteúdos disponíveis num produto multimédia. Deste modo, os produtos estarão organizados em capítulos, que dividem o filme, e que são acessíveis a partir de um menu principal, que deverá conter, inclusive, anexos que complementem e ofereçam ao consumidor mais informações e curiosidades acerca do projecto, nomeadamente, os conhecidos -extras". Todavia, a comunicação multimédia não se limita à interactividade na organização do produto, nem à construção dos suportes onde é acoplado o filme a fim de ser vendido a posteriori. A comunicação multimédia trouxe também inovações, que passaram por um aumento e uma melhoria dos métodos de edição das narrativas, sendo um bom exemplo disso a criação dos complementos de animações gráficas que garantem uma maior atractibilidade dos produtos e que permitem a elucidação das

temáticas abordadas através de exemplos que são representados por intermédio dessas animações gráficas.

A presente dissertação possibilita assim ao leitor, não só perceber completamente as necessidades e etapas que necessita concretizar para consolidar um documento em discurso vídeo inserido na categoria do cinema documental. Bem como, poderá através da fase exploratória, aperceber-se dos passos fundamentais para constituir qualquer tipo de estudo ou investigação.

A desagregação dos diferentes elos das cadeias de valor do cinema e do multimédia acabam por ser as etapas a ter em conta para uma produção completa e adequada, que satisfaça as exigências de mercado de qualquer produto. Sendo que, sem a noção das cadeias de valor as produções podem ser dispendiosas, não havendo qualquer retorno dos investimentos realizados. Sendo assim, torna-se fundamental constituir cada etapa de uma produção cinematográfica respeitando uma sequência lógica da ordem de trabalhos, designadamente, a pré-produção, a produção, a realização e a pós-produção.

A produção de conteúdos em discurso vídeo deve ter em conta todas as fases de produção para a consolidação dos produtos. Devendo para tal, orientar-se todas as etapas da produção através dos documentos escritos na fase da pré-produção – guiões, propostas, entre outros – em conjunto com o desenho de produção multimédia, por forma a fornecer a informação necessária, que irá servir de âncora para a fase da produção e realização do projecto.

A produção multimédia é uma das primeiras fases a ser consolidada na elaboração dos projectos. Muitos projectos consideram esta etapa como a última etapa que está ligada à distribuição dos produtos, não havendo assim uma estratégia aplicada aos benefícios que o multimédia oferece na expansão e interacção com os utilizadores. Sendo que esta interacção acaba por representar o principal atributo para que os consumidores queiram obter um produto.

Uma vez que, a interactividade é nos dias de hoje uma das facetas mais importantes da comunicação multimédia, possibilitando ao utilizador interagir com os conteúdos de forma autónoma e livre. A consulta dos conteúdos de comunicação é cada vez mais organizada segundo os parâmetros que o utilizador quer estabelecer conforme a sua vontade. Os produtos como os videojogos garantem também aos utilizadores uma

maior interacção com todos os elementos apresentados no ecrã. Sendo que, os filmes possibilitam hoje aos utilizadores uma escolha concreta das partes do filme que desejam visualizar, o acesso a extras que outrora ficavam no segredo das equipas de produção, podendo agora aceder a toda a informação acoplada em anexos organizados, através de uma produção baseada na comunicação multimédia.

A última fase da produção, nomeadamente, a pós-produção é uma das fases mais importantes de toda a constituição dos produtos, sendo nesta etapa que toda a matéria-prima começa a ser aglomerada de modo a constituir a narrativa inicialmente pensada. Assim como, é nesta última fase que se atribui aos produtos efeitos de corte e montagem entre as diferentes tipologias, de modo, a atribuir ainda mais elementos que atraiam o público a comprar ou a querer visualizar o produto.

7.2. RECOMENDAÇÕES

Na sequência das conclusões anteriormente apresentadas sugere-se que seja dado relevo ao papel das ciências sociais em geral e das ciências da comunicação em particular e das suas metodologias científicas específicas, no enquadramento, na investigação e no tratamento dos factos sociais que estão na base da actividade do cinema documental.

Sugere-se, ainda, o desenvolvimento de estudos continuados sobre as cadeias de valor, mormente na área do cinema documental e do multimédia, que permitam acompanhar as permanentes alterações, nomeadamente, as resultantes da evolução das tecnologias da informação e comunicação (TIC`s).

Recomenda-se, ademais, o desenvolvimento de investigação conducente ao necessário planeamento para o *design* multimédia, naturalmente muito condicionado à usabilidade e portanto à experiência do utilizador.

Por fim sugere-se o desenvolvimento dos estudos inerentes à pós-produção, no sentido de adequar o ambiente multimédia aos usos e gratificações dos utilizadores.

REFERÊNCIAS

ANDREW, Dudley (1984) - Concepts film theory. Oxford : Oxford University Press.

ANDREW, Dudley (1989) - As principais teorias do cinema : uma introdução. Rio de Janeiro : Jorge Zahar Editor.

BARNOUW, Erik (1993) – Documentary : a history of the non-fiction film. London : Oxford University Press.

BAKER, Maxine (2006) - Documentary in the digital age. Oxford : Focal Press.

BELL, A. (1991) - The language of news media. Oxford : Blackwell.

BLOCK, Bruce (2008) - The visual story : creating the visual structure of film, tv and digital media. Burlington : Focal Press.

BORDWELL, D. ; THOMPSON, Kristin (2006) - Film art : an introduction. New York : McGraw-Hill.

BRUCK, Peter ; BOUMANS, J (2008) - High performance multimedia : a reader on the technological, cultural and economic dynamics of multimedia. United Kingdom : IOS Press.

BRUNSTROM, A. ; GRINNEMO, K. ; J. Garcia (2002) - A taxonomy and survey of retransmission based partially reliable transport protocols. Sweden : Karlstad University.

BRUZZI, S. (2000) - New documentary : a critical introduction. London : Routledge.

BURNETT, Robert ; BRUNSTROM, Anna ; NILSSON, Anders (2003) - Perspectives on multimedia : communication, media and information technology. Sweden : Karlstad University.

CAREY, James (1989) - Communication as culture : essays on media and society. London : Routledge

CARMO, Hermano ; FERREIRA, Manuela (2008) - Metodologia da investigação. Lisboa : Universidade Aberta.

CAMPBELL, Miranda (2007) - The mocking documentary and ethics of irony. Taboo : the journal of culture and education [Em linha].11:1 (Spring-summer 2007) 53-62. [Consult. 15 Out. 2013]. Disponível em WWW:<URL: <http://freireproject.org/wp-content/journals/taboo/Taboo2007BoratIssue.pdf>>.

CAMPENHOUDT, Luc ; CHAUMONT, Jean ; FRANSSEN, Abraham (2005) - La méthode d'analyse en goupre : applications aux phénomènes sociaux. Paris : Dunod.

CHRISTIE, I. ; TAYLOR, R. (1993) - Eisenstein : rediscovered. London : Routledge.

CRAG, T. (1999) - Communication theory as a field International communication association. Boulder : University of Colorado.

CLARK, T.N. (ed.) (1969) - On communication and social influence : collected essays of gabriel tarde. Chicago : Chicago University Press.

DANCYGER, K. (2006) - The director's idea : the path to great directing. New York : Focal Press.

DANCYGER, Ken (1997) – The technique of film and video editing. Boston : Focal Press.

EISENSTEIN, Sergei (1929) - A forma de um filme. Rio de Janeiro : Jorge Zahar Editor.

ELIASHBERG, Jehoshua ; ELBERSE, Anita ; LEENDERS, Mark (2006) - The motion picture industry : critical issues in practice, current research, and new research directions. Amsterdam : University of Amsterdam.

ELLIOTT, P. (1972) - The making of a television series - a case study in the production of culture. London : Constable.

EPSTEIN, J. (1988) - The cinema continues : in french film theory and criticism. Princeton : Princeton University Press.

FISKE, J. (1982) - Introduction to communication studies. London : Methuen.

GEUENS, P. (2000) - Film production theory. New York : State University of New York State.

GIDDENS, A. (1991) - Modernity and Self-Identity. Oxford : Polity.

GUIMARÃES, Carvalho (2009) - Comunicação e linguagem. São Paulo : Pearson.
(Biblioteca Universitaria Pearson)

GONZAGA, L. ; LUCA A. (2009) - A hora do cinema digital : democratização e globalização do audiovisual. São Paulo : Imprensa Oficial.

HAMELINK, C. (1983) - Cultural autonomy in global communications. Norwood : NJ Ablex.

HELMS, Marilyn, ed. (2006) - Encyclopedia of management. New York : Thomson Gale.

INNIS, Harold (2008) - The bias of communication. Toronto : University of Toronto Press.

JEHLE, Susanne [et al.] (2010) - Create the future : joint research agenda for ICT innovations in creative industries. Stuttgart : MFG Baden-Wurtemberg mbH.

JORNAIS E REVISTAS (2012) – Jornais e revistas [Em linha]. [S. l.] : Jornais e Revistas. [Consult. 05 Out. 2012]. Disponível em WWW:<URL: <http://www.jornaiserevistas.com/categoria/jornais-nacionais>>.

KINDEM, G. ; MUSBURGER, R (2005) - Introducing media production : the path to digital media production. London : Focal Press.

KONIGSBERG, Ira (1997) – The complete film dictionary. New York : Penguin Reference.

LANDERSET, Luís (2004) - A cadeia de valor do audiovisual. Lisboa : Obercom.

LANG, G. : LANG, K. (1983) - The battle for public opinion. New York : Columbia University Press.

LASSWELL, H. (1948) - The structure and function of communication in society. New York : Harper.

LEONE, Eduardo (2005) - Reflexões sobre a montagem cinematográfica. Minas Gerais : Editora UFMG.

LIVINGSTONE, S. (1999) - New media, new audiences : new media and society. London : Routledge.

LOVELL, Allan ; HILLIER, Jim (1972) – Studies in documentary. New York : Viking.

LUHMANN, Niklas (1991) - Risk : a sociological theory. Berlim : Walter de Gruyter.

MCGINNIS, J. (1969) - The selling of the president. New York : Trident Press.

MCLEOD, J. ; MCDONALD, D.G. (1985) - Beyond simple exposure : media orientations and their impact on political processes. London : Edward Arnold.

MCKERNAN, B. (2005) - Digital cinema : the revolution in cinematography, postproduction and distribution. New York : McGraw-Hill.

MCQUAIL, Denis (2003) - Teoria da comunicação de massas. Lisboa : Fundação Calouste Gulbenkian.

MCQUAIL, Denis (2002) - McQuail's reader in mass communication theory Sage. London : Sage Publications.

MILLER, T. ; STAM, R. (2004) - A companion to film theory. Oxford : Blackwell.

NICHOLAS, J. ; PRICE, J. (1998) - Advanced studies in media. United Kingdom : Nelson.

NICHOLS, Bill (2001) - Introduction to documentary. Bloomington : Indiana University Press.

NICHOLS, Bill (1997) - Documenting the documentary : close readings of documentary film and video. Detroit : Wayne State University Press.

NILSSON, A.G. ; C. Tolis ; C. Nellborn (1999) - Perspectives on business modelling: understanding and changing organisations. Berlin : Springer.

NOGUEIRA, L. (2010) - Manuais de cinema III : géneros cinematográficos. Covilhã : Livros LabCom.

NOGUEIRA, L. (2010) - Manuais de cinema II : planificação e montagem. Covilhã : Livros LabCom.

NOGUEIRA, L. (2010) - Manuais de cinema IV : os cineastas e a sua arte. Covilhã : Livros LabCom.

O' CONNOR, J. E. ; JACKSON, M. A. (1979) - American history/american film : interpreting the hollywood image. New York : Oxford University.

PENAFRIA, Manuela (2009) - O paradigma do documentário : António Campos, cineasta. Beira Interior : LivrosLabcom.

PORTER, M. (1990) - Competitive advantage : creating and sustainin superior performance. New York : The Free Press.

POSTMES, T. ; SPEARS, R. ; LEA, M. (1998) - Breaching or building social boundaries : side-effects of computer mediated communication. New York : Simon & Schuster.

QUIVY, Raymond : CAMPENHOUDT, Van (2005) - Manual de investigação em Ciências Sociais. Lisboa : Grávida.

REA, P. ; IRVING, D. (2010) – Producing and directing the short film and video. Oxford : Focal Press.

REES, L. (1999) - A history of experimental film and video. United Kingdom : British Film Institute.

RIBEIRO, Nuno : TORRES, José (2009) - Tecnologias de compressão multimédia. Lisboa - Editora de Informática.

RIBEIRO, Nuno (2004) - Multimédia e tecnologias interactivas. Lisboa : Editora de Informática.

RIGGS, T. (2011) - Contemporary theatre, film & television. New York : Gale.

ROSENGREN, Karl (2000) - Communication : an introduction. London : Sage Publications.

ROSENTHAL, A. (2002) - Writing, directing and producing documentary films and videos. USA : Southern Illinois University Press.

ROSENTHAL, A. (2005) - New challenges for documentary. United Kingdom : Manchester University Press.

RUBY, J. (2005) - The image mirrored : reflexivity and the documentary film : new challenges for documentary. England : Manchester University Press.

SALES, Michelle (2011) - Em busca de um novo cinema português. Covilhã : Livros LabCom.

SARMENTO, Manuela (2008) - Guia prático sobre metodologia científica. Lisboa : Universidade Lusíada Lisboa.

SCHATZ, T. (1981) - Hollywood genres by thomas schatz. Boston : McGraw-Hill.

SERRA, Paulo (2008) - Manual de teoria da comunicação. Covilhã : Livros Labcom.

SERRA, Paulo (2003) - Informação e sentido : o estatuto epistemológico da informação. Covilhã : Universidade da Beira Interior.

STAM, R. (2000) - Film theory : an introduction. Oxford : Blackwell.

SWARTZ, C. (2005) - Understanding digital cinema. Oxford : Focal Press.

SUSSEX, E. (1972) - Grierson on documentary: the last interview. Film Quarterly [Em linha]. Berkeley. 26:1 (Autumn 1972) 24-30. [Consult. 25 Out. 2013]. Disponível em WWW:<URL:<http://www.jstor.org/discover/10.2307/1211408?uid=3738880&uid=2134&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21104149124113>>.

THOMPSON, Kristin ; BORDWELL, David (2002) - Film history : an introduction. New York : McGraw-Hill.

VICKERY, Graham, org. ; HAWKINS, Richard, org. (2008) - Remaking the movies : digital content and the evolution of the film and video industries. France : OECD.

ZERDICK et al. (2000) - E-conomics : strategies for the digital marketplace. Berlim : Springer. (European Communication Council Report).

BIBLIOGRAFIA

- ABRAMS, N. ; BELL, I. (2001) - Studing film. New York : Arnold Press.
- AUMONT, J. (2004) - Las teorías de los cineastas. México : Paidós Comunicación.
- AUMONT, J. ; MARIE, MICHEL (2001) - Dicionário teórico e crítico de cinema. Paris : Editions Nathan.
- AUMONT, J. (1995) - A estética do filme. Campinas : Papyrus.
- BADLEY, L., PALMER, B. (2006) - Traditions in world cinema. Edinburgh : Edinburgh University Press.
- BARRY HAMPE (1997) - Making documentary films and reality videos. New York : Henry Holt and Company.
- BARNETT, D. (2008) - Movement as meaning in experimental film. New York : Rodopi B.V.
- BASSO, M. (2000) - O direito internacional da propriedade intelectual. Porto Alegre : Livraria do Advogado.
- BASSO, M. (2005) - Propriedade intelectual na era pós-OMC. Porto Alegre : Livraria do Advogado.
- BORIS, K. (2001) - Fotografia e historia. São Paulo : Ateliê Editorial.
- BEN-SHAUL, N. (2007) - Film : the key concepts. New York : Berg.
- BERNARDI, Sandro (2007) - L' avventura del cinematografo : storia di un'arte e di un linguaggio autore. Italia : Marsilio.
- BERRA, John (2008) - Declarations of independence : american cinema and the partiality of independent production. Chicago : Intellect.
- CARROLL, B. (2003) - American masculinities : a historical encyclopedia. Stanislaus : California State University.
- CARROLL, N. ; CHOI, Jinhee (2006) - Philosophy of film & motion pictures. Australia : Blackwell Publishing.

CLEVÉ, B. (2006) - Film production management. Oxford : Focal Press.

COSTA, António (1989) - Compreender o cinema. Lisboa : editora Globo.

CREEBER, G. ; MARTIN, R. (2009) - Digital cultures : understanding new media. New York : Open University Press.

ELSAESSER, T. ; BUCKLAND, W. (2002) - Studing contemporary american film : a guide to movie analysis. London : Oxford University Press.

FARBER, Manny (1998) - Underground films (1957) in negative space : manny farber on the movies. New York : Da Capo.

FERREIRA, I. ; GONÇALVES, G. (2010) - As indústrias da persuasão. Covilhã : Livros LabCom.

FURHT, B., ed. (2006) - Encyclopedia of multimedia. Florida : Florida Atlantic University.

GONÇALVES, G. ; FERREIRA, I. (2010) - Retórica e mediatização : as indústrias da persuasão. Covilhã : Livros LabCom.

GOLDING, Peter (2011) - Communication and citizenship : rethinking crisis and change. Coimbra : Grácio Editor.

INGEBORG, H. (2001) – Pastiche : cultural memory in art, film, literature. Bloomington : Indiana University Press.

MCCARTY, John (1984) - Splatter movies: breaking the last taboo of the screen. New York : St. Martin's Press.

MARNER, Terrence (2007) - A realização cinematográfica. Lisboa : Edições 70.

MCMILLIAN, J. ; SCHUMACHER, S. (2001) - Research in education : a conceptual introduction. New York : Harper Collins

MCQUAIL, D. ; BLUMLER, J. ; BROWN, J. (1972) - The television audience : a resived perspective. Harmondsworth : Penguin.

MULHALL, S. (2001) - On film: second edition. New York : Routledge.

NÖEL, B. (1973) - Práxis do cinema. Lisboa : Editorial Estampa.

OVIATT, S.L. (2003) - Multimodal interfaces, handbook of human-computer interaction. New Jersey : Lawrence Erlbaum Assoc.

PEDROSO, M. ; VENDRUSCULO, L. (1998) - Propriedade intelectual na era digital : questões e tendências. Cadernos de Ciência & Tecnologia. Brasilia. 15:especial (1998) 117-130.

QUADROS Et al. (2011) - Jornalismo e convergência : ensino e práticas profissionais. Covilhã : Livros LabCom.

RAPPING, E. (1992) - The movie of the week : private stories, public events. Minnesota : The University of Minnesota Press.

RIBÉS, J. (2007) - European digital cinema security white book. Belgium : Presses Universitaires de Louvain.

RICE, J. ; MCKERNAN, B. (2002) - Creating digital content : video production for web, broadcast and cinema. New York : McGraw-Hill.

RIZZO, M. (2005) - The art direction handbook for film. Oxford : Focal Press.

SMYTH, E. (2006) - Reconstructing american historical cinema. Kentucky : The University Press of Kentucky.

SCHEUNEMANN, D. (2003) - Expressionist film : new perspectives. South California : Camden House.

STRINGER, Julian (2003) - Movie blockbusters. London : Routledge.

GLOSSÁRIO

TIPOLOGIAS DO DOCUMENTÁRIO

Poético - Os documentários do tipo poético, estimulados pela teoria de montagem soviética, são o princípio do cinema impressionista francês de fotogenia, que apropriou essas técnicas em documentário para criar o que Nichols chamaria mais tarde de modo poético. Os documentários poéticos compreendem a arte de organizar os movimentos dos objectos no espaço, como um conjunto artístico rítmico, em harmonia com as propriedades do material e com o ritmo interno de cada objecto (Nichols, 2001).

O documentário poético dá ênfase, em primeiro lugar, à exploração de associações e padrões de imagens mais livres, deixando de lado as convenções de montagem e a especificidade da localização no tempo e no espaço. Tudo importa neste tipo de documentário, mesmo que não haja uma aparente coerência narrativa. Há, portanto, um ênfase no tom, na linguagem, no abstracto e em formas aparentemente subjectivas. Os actores sociais funcionam em igualdade de condições com outros objectos do filme. Este tipo de género é hábil em possibilitar formas alternativas de conhecimento para transmitir informações directamente (Nichols, 2001).

Observacional - O documentário do tipo observacional foi desenvolvido por documentaristas que retornaram aos ideais da verdade de Vertov, juntamente com a inovação e evolução do *hardware* cinematográfico na década de 1960. A mudança para equipamentos mais leves de 16mm e câmaras de ombro, permitiu aos documentaristas deixar o ponto ancorado do tripé. A sincronia de som e microfones unidireccionais, também libertou os documentaristas de equipamentos de áudio pesados. Uma equipa de filmagem de duas pessoas pode agora realizar o sonho de Vertov e procurar trazer a verdade real para o meio

documental (Bruzzi, 2000).

O modo observacional trouxe uma proposta de inovação, através da qual os seus directores afirmavam contribuir para o efeito de verdade, uma vez que passariam a capturar fielmente os factos da vida quotidiana no momento em que estes acontecessem. O resultado é o rompimento com o ritmo dramático dos filmes de ficção, às vezes apressado, das imagens que sustentam os documentários expositivos ou poéticos (Nichols, 2001).

O documentário observacional trata de uma investigação ou evento específico, onde o narrador é um observador. Este é conhecido como “cinema directo” e é uma abordagem imparcial, onde o público desenha as suas próprias conclusões. (Nichols, 2001).

Entretanto, popularizado como “cinema directo”, o documentário observacional surgiu num período de transformações significativas tanto para a humanidade, como para a formação da estética cinematográfica. Grandes conflitos políticos entre os E.U.A., a França, Inglaterra (Aliados) e a Alemanha, a Itália e o Japão (Forças do Eixo), culminaram no início da 2.^a Guerra Mundial, que durou cerca de sete anos e trouxe consequências trágicas para a comunidade mundial. As batalhas e o desejo de vitória incentivaram os governos envolvidos na guerra, a investirem pesado em tecnologia a fim de conseguirem produzir armamento, transporte e meios de comunicação com qualidades superiores aos dos seus adversários. Dessa forma, o período que se seguiu à guerra apresentou uma grande evolução tecnológica, desenvolvida por técnicos e cientistas dos E.U.A., do Canadá e da Europa, tendo sido justamente nesse período que se iniciou o fabrico das primeiras câmaras de 16mm que acabariam por revolucionar a forma de produzir cinema (Nichols, 2001).

Participativo - No documentário participativo a vivência do cineasta em determinado meio social origina obras específicas. O realizador, na sequência da interacção com o contexto em que se envolve para realizar a pesquisa de campo, acaba por participar e se tornar um agente activo nos ambientes que pretende retratar. Este tipo de obra oferece-nos uma ideia do que é para o cineasta “viver” determinada situação e apresenta uma nítida colaboração entre os realizadores e os actores sociais envolvidos nos temas abordados (Nichols, 2001).

Reflexivo - O documentário do tipo reflexivo considera a qualidade do documentário em si, desmistificando os seus processos e considerando as suas implicações. Assim sendo, o documentário do tipo reflexivo funciona muitas vezes como o seu próprio conselho regulador, como um policiamento das fronteiras éticas e técnicas dentro do próprio documentário (Ruby, 2005).

O documentário reflexivo constrói o seu discurso centrado na relação entre o cineasta e o espectador. O desenvolvimento da narrativa utiliza técnicas de montagem que propiciam impressões acerca do tema exposto, trazendo à tona uma reflexão sobre os processos de edição que desencadearam tais impressões (Ruby, 2005).

Performativo - O documentário do tipo performativo é facilmente confundido com o modo participativo. O cerne da diferença parece estar no facto de que, enquanto o modo participativo envolve o cineasta na história, mas as tentativas de construir as verdades devem ser auto evidentes para qualquer pessoa, o modo performativo envolve o cineasta na história, mas constrói verdades subjectivas que são significativas para o cineasta. O modo performativo, é uma concepção profundamente pessoal, particularmente adequado para cineastas que pretendem contar histórias sobre grupos sociais marginalizados, oferecendo a

possibilidade daqueles exporem as suas próprias perspectivas, sem terem que discutir a validade das suas experiências (Bruzzi, 2000).

O modo performativo apresenta questões acerca do que pode ser considerado conhecimento ou não. Possui formas de representação subjectivas e abstractas, tratando da complexidade dos significados sugeridos pelo documentário como um todo, partindo do princípio que um mesmo objecto pode significar coisas diferentes para diferentes pessoas (Nichols, 2001).

Expositivo - A categoria de cinema expositivo diverge, acentuadamente, do modo poético em termos de prática visual e da narrativa de histórias, em virtude da sua ênfase no conteúdo retórico e dos seus objectivos de divulgação de informação ou de persuasão (Bruzzi, 2000).

Em segundo lugar, este tipo de documentário apresenta uma estrutura argumentativa, dirigindo-se ao espectador através de legendas ou de comentários com vozes que podem ser classificadas de duas formas: comentário com voz “de Deus”, onde o orador é ouvido, mas não é visto; comentário com voz da autoridade, onde orador é ouvido e visto. Todo o discurso do cinema expositivo depende da lógica verbal, colocando as imagens em segundo plano e recaindo a ênfase quase que exclusivamente na impressão da objectividade e do argumento bem embasado (Nichols, 2001).

GÉNEROS DO CINEMA DOCUMENTAL

Visão Sociológica - Os documentários de representação social são aqueles que nós normalmente chamamos de não-ficção. Estes documentários podem dar uma representação tangível sobre diversos aspectos do mundo que habitamos e compartilhamos. Eles narram factos da realidade social visível e audível de uma forma distinta, de acordo com os actos de selecção e organização realizados pelo cineasta, dando uma sensação de que entendemos a realidade em si, do que ela é agora ou do que poderá vir a ser (Nichols, 2001).

Este tipo de documentários também pode transmitir verdades se assim decidirmos que o façam. Temos de avaliar as suas alegações e afirmações, as suas perspectivas e argumentos, e relacioná-los com o mundo como nós o conhecemos e decidir se eles são dignos da nossa crença. Os documentários de representação social podem oferecer novas visões do nosso mundo comum para explorar e compreender melhor a realidade social em que nos inserimos (Nichols, 2001).

Político - O documentário político é um cinema que retrata os eventos actuais ou históricos e condições sociais de uma forma partidária, a fim de informar ou para agitar o espectador (Rosenbaum, 1997).

Este tipo de documentário é constituído por análises políticas e sociológicas sobre aspectos que marcaram gerações, servindo muitas vezes como base de investigações das ciências políticas e sociais, na medida em que todos os aspectos políticos, de certo modo, retratam as evoluções sociais e os grandes marcos na história do mundo ou de determinadas civilizações. Criando-se assim, arquivos valiosos que asseguram os registos políticos de determinadas épocas (Nichols, 1997).

Vida Selvagem - Os documentários sobre vida selvagem centram-se nos animais, nas plantas ou noutros seres vivos não-humanos, geralmente concentrado a acção do filme no seu habitat natural. São usualmente vistos em programas feitos para televisão, principalmente para os canais públicos de radiodifusão, sendo que alguns são também feitos para o cinema (Rosenbaum, 1997).

Os documentários acerca da vida selvagem são muitas vezes constituídos sob uma óptica de consciencialização acerca de aspectos relacionados com a natureza. Este tipo de filme não se limita somente a apresentar os ecossistemas dos seres vivos não-humanos, tem também um forte papel informativo e até agitador, sobre determinados aspectos que afectam a vida animal e natural do nosso planeta, nomeadamente, a poluição, a urbanização, entre outros aspectos que podem condicionar a existência de algumas espécies de seres vivos (Nichols, 2001).

Viagens - Um documentário de viagens é um documentário, um programa de televisão ou uma série sobre viagens, que descrevem em geral atracções turísticas de uma forma não-comercial (Barnouw, 1993).

Este tipo de produção tem uma especial preocupação em registar o património cultural e natural das regiões que investiga. Apesar deste género de documentário ter como intenção desmistificar elementos atractivos para o impulsionamento do turismo em determinadas regiões, a sua principal missão passa pela apresentação de novas culturas e tradições por forma a fomentar a globalização (Rosenbaum, 1997).

Documentário etnográfico sobre as culturas, os povos e os costumes - Um documentário etnográfico está relacionado com o estudo da etnologia. Surgiu na década de 1960 como uma ferramenta importante para a investigação no domínio da antropologia visual, ao filmar os grupos humanos na sociedade (Nichols, 1997).

Os documentários etnográficos, contrariamente aos documentários de vida selvagem que mantêm o seu foco sobre a vida animal e sobre os diferentes ecossistemas, têm como principal objectivo a elucidação de aspectos culturais, das tradições, hábitos ou costumes do ser humano, que são explorados através da documentação das etnias existentes nos diferentes pontos dos continentes que constituem o nosso mundo (Nichols, 1997).

Histórico - O documentário histórico é, obviamente, um dos géneros mais populares. Este tipo de filme é, normalmente, constituído por arquivos vídeo, depoimentos de especialistas, testemunhas e narração, e abordam, habitualmente, factos ou marcos históricos, a nível social ou político (Nichols, 1997).

Estas produções documentais são dos poucos géneros onde é possível conciliar o cinema real com o cinema ficcional. Na medida em que algumas das cenas inseridas nestes filmes são representações alusivas a episódios históricos, não só com intuito de facilitar a interpretação do público relativamente a realidades de povos antepassados, mas também de garantir uma noção concreta de aspectos salientados nas caracterizações da encenação, como por exemplo, o vestuário utilizado na época recriada no filme (Nichols, 1997).

SUBGÉNEROS DO CINEMA DOCUMENTAL

Docudrama - Um *docudrama* é um subgénero do documentário dramático, que contém a particularidade de conter encenações de eventos históricos reais. Nos elementos centrais da sua história, um docudrama esforça-se para aderir a elementos históricos, permitindo um maior ou menor grau de licença dramática em detalhes periféricos e onde existem lacunas no registo histórico (Hellmann, 1981).

É uma representação baseada em factos e acontecimentos reais. Pode representar questões sociais contemporâneas ou pode lidar com os acontecimentos históricos mais antigos (Rosenthal, 2005).

Os produtores dos *docudramas* decidem por vezes filmar os seus eventos reconstruídos nos locais reais onde ocorreram os acontecimentos históricos. O diálogo pode incluir as próprias palavras ditas em vida pelas pessoas que se representam no filme e que se poderão encontrar registadas em documentos históricos (Hellmann, 1981).

Docufition - O *docufiction* (ou docuficção, muitas vezes confundido com *docudrama*) é um neologismo que se refere à combinação cinematográfica de documentário e ficção. É um subgénero de filme que tenta captar a realidade tal como ela é (como o cinema directo ou o cinema *vérité*) e que introduz em simultâneo elementos irrealis ou situações ficcionais na narrativa, a fim de fortalecer a representação da realidade, usando algum tipo de expressão artística. É um documentário contaminado com elementos ficcionais, em tempo real, filmado quando os eventos ocorrem e em que alguém (o personagem) desempenha o seu papel na vida real (Nichols, 2001).

Rockumentary - Por seu turno o subgénero *rockumentary* é mais um neologismo que compreende um documentário sobre a música *rock* ou sobre os seus músicos (Hopkins, 1969).

Mockumentary - Como subgénero o *mockumentary* mobiliza ironia, seja na paródia na forma de documentário ou no tratamento satírico ou crítica de um problema (Campbell, 2007).

Filme Antropológico - Um documentário antropológico é um termo usado às vezes como sinónimo do filme etnográfico. A antropologia visual abrange o estudo antropológico da representação visual, e inclui áreas como a arte, a produção e a recepção dos meios de comunicação de massa. As representações visuais de todas as culturas, como tatuagens, esculturas e relevos, pinturas rupestres, jóias, pinturas e fotografias estão também incluídas no foco da antropologia visual (Mead, 1963).

Making-of - Em cinema e televisão (e nos meios de produção audiovisual em geral), o *making-of* é uma peça para um documentário de bastidores, que regista em imagem e som o processo de produção, realização e repercussão de um filme, novela, série ou qualquer outro produto audiovisual (Nichols, 2001).

Os *making-of* são comuns em casos de grandes produções da indústria cinematográfica (como *Hollywood*) visando o sucesso comercial dos chamados "arrasa-quarteirões" ou *blockbusters*. Originalmente eram apenas exibidos em programas de televisão especializados em entretenimento, principalmente na televisão por assinatura, mas hoje são incluídos como "extras" nas edições dos filmes em vídeo digital (DVD) (Nichols, 2001).

Cinema vérité - O subgénero denominado por cinema *vérité*, ou cinema directo, como é designado nos E.U.A., é na verdade um método de produção de filmes, alternativo ao tipo de filme constituído por intermédio de arquivos modelo ou com uma natureza própria. O cinema *vérité* era o nome dado às

experiências radicais no cinema realizado nos E.U.A., Canadá e França, em 1960. Robert Drew, Ricky Leacock, Pennebaker e Don estavam entre os cineastas que trabalhavam permanentemente para aperfeiçoar um sistema de captação de imagem mais leve e com gravadores sincronizados, sendo que as suas inovações técnicas traduziram-se numa revolução, que alterou radicalmente a estrutura e a abordagem no documentário (Rosenthal, 2002).

Embora a abordagem varie de pessoa para pessoa, no cinema *vérité* o método geral de filmar exige a noção de uma história que evolui acerca de um incidente, sem ficção, tendo como base exactamente a história, o modo como esta ocorreu e quando ocorreu. Não existe nenhuma relação preestabelecida ou ensaiada entre o realizador, o entrevistador, o entrevistando e o operador de câmara. O filme é composto pelo mínimo de comentários da equipa de produção, de modo a não existir manipulação da informação recolhida e após a recolha de todos os dados, imagens e áudio, o filme é construído na fase da montagem (pós-produção) (Rosenthal, 2002).

Os resultados deste tipo de abordagem atribuem muito mais emoção ao documentário do que certamente em comparação com os documentários “bem feitos” ou previamente estabelecidos, bastante aborrecidos, estáticos e com abordagens previsíveis para o espectador. Hoje, é difícil relembrar qualquer um dos documentários de notícias da CBS, NBC, ABC ou um filme que tenha sido constituído na década de 1960, enquanto os filmes de cinema *vérité* desse período são ainda constantemente visualizados (Rosenthal, 2005).

Em produções não ficcionais ou no caso do cinema *vérité*, as “pessoas” são tratadas como actores sociais, elas conduzem a sua vida mais ou menos como o fariam sem a presença de uma câmara. Os intervenientes nos documentários são agentes culturais em vez de artistas teatrais. O seu valor para

o cineasta não consiste numa relação contratual, mas naquilo que as suas próprias vidas encarnam. O seu valor não reside nas formas em que disfarçam ou transformam o seu comportamento quotidiano e personalidade, mas sim nas maneiras em que o seu comportamento quotidiano e personalidade atendem as necessidades do cineasta (Nichols, 2001).

Geralmente, as filmagens do cinema *vérité* não implicam gravações com *remakes*, repetições das filmagens sobre os mesmos aspectos, mesmo que estes não ocorram de forma harmoniosa, tal como em documentários ficcionais. Porém, a essência da gravação do cinema *vérité* não é muito diferente das filmagens dos documentários normais, em que o realizador tenta entender a cena e o que está acontecer, de modo, a aproveitar e captar o coração da acção ou o momento certo (Rosenthal, 2002).

Apesar de não se dever fazer uma preparação rígida sobre aquilo que deverá constar no filme, o realizador e/ou o entrevistador devem conduzir a entrevista e a acção das gravações, de modo a facilitar posteriormente o trabalho do editor na etapa da pós-produção do filme (Rosenthal, 2002).

O cinema *vérité* não constitui apenas uma evolução, mas uma nova atitude estética e moral, em que os cineastas participam na evolução da pesquisa e da filmagem, eles já não procuram esconder a câmara, nem o microfone, eles intervêm directamente no desenrolar do filme, passando do estatuto de autores, ao estatuto de narradores e de personagens (Aumont, 2006).

Correlativamente, a câmara de filmar é concebida como um instrumento de revelação da verdade, na invenção e no desenvolvimento do cinema, e visa também no cinema *vérité* a busca da utopia de uma reprodução perfeita da realidade

(Aumont, 2006).

CINEMA CLÁSSICO E SUBGÉNEROS

Cinema Clássico - No sentido original a palavra cinema clássico, qualifica filmes, cineastas e escolas que os historiadores consideram exemplos notáveis na arte do cinema. Ao longo dos tempos, foram sendo periodicamente arroladas por instituições críticas listas de “grandes clássicos”, mas tais listas só reflectem, evidentemente, o estado do gosto dominante e os valores de uma época (Aumont, 2003).

No sentido restrito a palavra cinema clássico trata de um determinado período da história do cinema, de uma determinada norma estética e de uma ideologia. A sua periodização é incerta, mas considera-se geralmente que a era clássica terminou no final da década de 1950, com o desenvolvimento da televisão que dá um golpe decisivo na preponderância do cinema como média, e com a emergência dos “novos cinemas” europeus, que questionam o estilo da transparência (Aumont, 2003).

Para Nogueira (2010), o género clássico que no cinema adquire uma importância vasta e específica, arruma-se no género mais abrangente da ficção.

SUBGÉNEROS

Acção - Destaca-se, no entanto, o filme de acção que é, dentro dos géneros contemporâneos, o mais comum, o de maior apelo popular, o de maior sucesso comercial e, simultaneamente, o de maior desdém crítico, certamente em função da tendência para a rotina e estereotipização da narrativa, da forma como se exhibe, bem como, da ligeireza e maniqueísmo com que os temas são abordados (Nogueira, 2010).

Este género tende a privilegiar claramente aquilo que vulgarmente se designa por valores de produção, como as vedetas famosas, capazes de por si só atraírem um vasto e fiél público, bem como, os sofisticados efeitos especiais capazes de funcionar como façanha inédita e atracção espectacular, os cenários sumptuosos, exóticos ou grandiosos que favorecem o encantamento e o escapismo (Nogueira, 2010).

Comédia - A comédia consistia originalmente, na “era clássica”, numa peça de teatro que estimulava a intriga entre personagens de baixa condição, provida de um final feliz e submetida à verosimilhança (ao contrário de géneros como a tragédia). Tais peças provocavam, geralmente, o riso, daí o seu sentido actual. No cinema actual é um género definido de modo fraco, com contornos vagos, mas universal. (Aumont, 2003).

A comédia procura suscitar necessariamente o riso, nas suas diversas manifestações (indo da gargalhada estridente e compulsiva ao sorriso mais cúmplice e recatado), e trata-se, por isso, da forma exemplar do hedonismo cinematográfico. Como já referido anteriormente, a comédia tende a fazer ressaltar as fragilidades do ser humano, como os vícios, a negligência, a pompa, a presunção ou a insensatez, por exemplo, podendo resultar daí o facto de ser um género frequentemente depreciado, quem sabe pela sua carência de seriedade, capaz de descobrir em qualquer tema ou personagens o pretexto para

o riso e o escárnio (Nogueira, 2010).

Drama - O termo drama designa o conjunto do género teatral, por oposição ao lirismo e à epopeia. A partir do século XVIII, aquele termo nomeia um género intermediário entre a tragédia e a comédia. O drama é quase sempre particularizado em três géneros diferentes, nomeadamente, o drama burguês, o drama histórico e o drama romântico (Aumont, 2003).

O drama procura sublinhar a seriedade dos factos. Pelo que, poderemos afirmar a partir daí que o seu objecto é o ser humano comum, em situações quotidianas mais ou menos complexas, mas sempre com grandes implicações afectivas ou causadoras de inescapável polémica social (Nogueira, 2010).

Ao contrário da comédia, que sublinha as fragilidades ou vícios do ser humano, e da tragédia, que sublinha a sua elevação e as suas virtudes, o drama aborda a vivência mais prosaica do sujeito vulgar, mas explorando as suas consequências a nível das emoções, tanto as menos esperadas como as mais intrínsecas (Nogueira, 2010).

Fantástico - O cinema fantástico consiste numa obra de ficção em que um acontecimento inexplicável é relatado ou representado e o destinatário da obra hesita entre duas interpretações, ou que os acontecimentos são fruto de uma ilusão e da imaginação, pelo que as leis do mundo continuam as mesmas, ou que o acontecimento ocorreu realmente, o que supõe que ele se produziu num mundo regido por leis desconhecidas (Aumont, 2003).

No contexto da cultura cinematográfica, o cinema fantástico pode ser definido de um modo suficientemente convincente, apesar das contaminações em que convive com outros géneros (o filme de aventura, o filme de acção, o filme de terror ou o filme de ficção científica, são disso exemplo claro), contendo

múltiplas géneses de personagens (religiosas, tecnológicas, sobrenaturais) e uma morfologia e ontologia plural dos seus universos (passados ou futuros, próximos ou distantes, mentais ou físicos) (Nogueira, 2010).

Ficção Científica - A ficção é uma forma de discurso que faz referência a personagens ou a acções que só existem na imaginação do seu autor e, em seguida, na do seu espectador. De um modo geral, é ficção tudo aqui o que é inventado como simulacro (Aumont, 2003).

Porém, a ficção é um modo de comunicação dominante nas sociedades contemporâneas, quase hegemónica nas artes do espectáculo. Certas hipóteses teóricas, oriundas da psicanálise freudiana, ligam o desejo de ficção à própria estrutura do psiquismo (Aumont, 2003)

A designação deste género como ficção científica parece insinuar imediatamente uma espécie de paradoxo entre o rigor factual, causal e universal do discurso e do saber científico, e a liberdade de efabulação e imaginação típica da ficção (Nogueira, 2010).

Através da assumpção de um constrangimento criativo fundamental, toda a ficção criada neste género de cinema deve tomar como inalienáveis as premissas do conhecimento científico vigente ou expectável acerca de um determinado facto ou fenómeno, projectando sempre a partir daquelas as suas consequências ou desenvolvimentos num momento futuro (Nogueira, 2010).

Film Noir - Os filmes *noir* são ficções policiais americanas da década de 1930, que se caracterizam pela sua violência e pela sua visão amarga e até mesmo desiludida, da sociedade liberal na era da depressão. Recebidas na Europa com uma certa desfasagem, essas produções cinematográficas tocaram pelo seu aspecto

sombrio e esse traço tornou-se num sinónimo de todo um período do género policial (Aumont, 2003).

A investigação que decorre ao longo de um filme *noir* torna-se menos interessante pelas capacidades de dedução que resultam das provas que se vão dando ao investigador, no entanto, o seu interesse reside na maneira como o investigador mergulha no meio do mistério, correndo mesmo o risco de levar alguns golpes pesados (Aumont, 2003).

Alguns autores advogam que o filme *noir* trata-se mais de um estilo, de um tom ou de uma certa ambiência comum a diversas obras do período clássico americano, do que propriamente de um género no sentido mais convencional. Porém, cremos que o filme *noir* exhibe, quer temática, quer estilística, quer narrativamente, uma consistência e familiaridade, nas obras que constituem o seu corpus canónico, que justificam plenamente a sua caracterização enquanto género (Nogueira, 2010).

A designação de filme *noir*, proveniente da literatura *noir* ou *hard-boiled* de autores como Raymond Chandler, Dashiell Hammet ou mesmo Ernst Hemingway, em que este género se inspirou ou adaptou, surge posteriormente à produção de muitos destes filmes (Nogueira, 2010).

Musical - O género musical, como aliás o próprio nome indica, coloca na banda sonora a sua relevância primordial, em que a música surge como uma narrativa em si mesma. Este género atribui à banda sonora uma extrema importância, em que em nenhum outro género se encontra paralelo. A música é aqui assumida não apenas como um complemento dramático das situações ou da caracterização das personagens, mas como um dispositivo narrativo em si mesmo. Quer isto dizer que a própria música detém um papel singular na morfologia da narrativa (Aumont, 2003).

Terror - Os filmes de terror são constituídos por “afectos negativos” e nos quais o objecto, surge de modo inteiramente repentino, não deixando lugar para a indeterminação, nem para o sonho. Na ordem do espectacular, o terror é um género antigo, podendo conectar-se a ele certos efeitos retirados, por volta da década de 1790 (Konigsberg, 1997).

No entanto, foi no cinema que esse género desabrochou, como consequência lógica do forte efeito de realidade que caracteriza o filme (citemos apenas o género do filme de vampiros) (Konigsberg, 1997).

No género de terror o fascínio para o espectador, provém, ironicamente, da incomodidade e do desconforto que provoca no mesmo, é como se o espectador encontrasse o seu prazer precisamente no próprio sofrimento. Daí que, de algum modo, se possa recuperar a categoria filosófica aristotélica da catarse para descrever esta experiência, ou seja, a purgação dos medos através da contemplação estética. No filme de terror, o espectador experimenta o sofrimento de forma delegada, comungando das dificuldades das personagens, mas escusando-se, necessariamente, aos seus padecimentos (Nogueira, 2010).

Thriller - O *thriller* é uma categoria cinematográfica tipo, conhecida por promover a intensa excitação, o suspense, um alto nível de expectativa, de antecipação, a incerteza, a ansiedade e uma tensão stressante. A tensão geralmente surge quando o personagem principal é colocado numa situação ameaçadora, sobre um mistério, uma fuga ou com uma missão perigosa da qual parece ser impossível escapar (Konigsberg, 1997).

Entretanto, o *thriller* devido à intensidade com que o espectador tende a envolver-se na normalmente complexa trama de acontecimentos que são narrados, é um dos géneros mais apreciados pelo público. Podemos, então, enunciar um conjunto

de características e propósitos que ajudam a compreender este género cinematográfico, quer no seu modo de funcionamento, quer na sua organização formal (Nogueira, 2010).

Em primeiro lugar, temos a intenção de criar no espectador uma intensa excitação e nervosismo, como se, nos momentos decisivos, tudo se tornasse insuportavelmente urgente e perturbador. Em segundo lugar, uma instauração e perpetuação constante da dúvida sobre o desfecho dos acontecimentos e sobre o destino das personagens, desse modo, o espectador é convidado a entrar num jogo de permanente inquietação, incerteza, ansiedade ou angústia (Nogueira, 2010).

Em função de todos esses factores, podemos afirmar que se trata do género onde a perspicácia, a crença, a ingenuidade ou a afectividade do espectador são mais postas à prova (Nogueira, 2010).

Western - Os filmes *western* são o principal género que define a indústria cinematográfica americana. Eles são um dos mais antigos géneros, dos mais duradouros e flexíveis e uma das categorias que mais caracteriza os americanos e as suas míticas origens (Konigsberg, 1997).

O *western*, com a sua iconografia, com os seus cenários e personagens marcantes, tendia sempre a ser o género que ressaltava imediatamente à mente do espectador, quando se falava de cinema (Nogueira, 2010).

SUBGÉNEROS (NOVOS GÉNEROS)

Para além de todos os géneros anteriormente descritos e das peculiaridades daqueles que foram sendo referidas, uma enorme multiplicidade de derivações e particularidades originou uma vastíssima quantidade de subgéneros, que são no fundo a constante mutação de que os géneros *supra*

referidos são alvo, que não permite configurar uma grelha definitiva das variações e reconfigurações possíveis, das suas mudanças cíclicas e das suas disseminações (Nogueira, 2010).

Basta que um grupo suficientemente significativo de obras exiba alguma familiaridade de atributos para, eventualmente, começar a ser classificado segundo critérios genéricos. Assim, os subgéneros surgem, muitas vezes, devido a inúmeros factores e cumplicidades ao nível narrativo, temático, iconográfico ou estilístico, de duração, de condições de produção ou de modos de difusão (Nogueira, 2010).

Filme - As catástrofes têm sido objecto de fascínio para muito
Catástrofe cinéfilos desde a época dos épicos do cinema mudo, sendo que esse interesse continua a existir até ao presente. As catástrofes podem tomar muitas formas diferentes, mas são principalmente provocadas pelo homem ou têm origem natural. Este subgénero de filmes aborda realidades que descrevem catástrofes locais e os factores que as originam e que têm repercussões a nível global (Konigsberg, 1997).

No filme catástrofe é possível encontrar de uma forma bastante clara uma série de lugares-comuns, como as mortes progressivas das diversas personagens, o risco constante em que as enormes massas humanas se encontram, atingindo por vezes a própria humanidade no seu todo, a divisão em grupos no que respeita às estratégias de sobrevivência e decisões críticas, a força inelutável da natureza, a prevalência do sentido de comunidade ou a lógica sacrificial que as adversidades exigem (Nogueira, 2010).

Artes - Em relação às artes marciais como um equivalente oriental
Marciais dos filmes de capa e espada, este subgénero trata de uma produção proveniente do extremo oriente, em que a sua dinâmica extraordinária acabou por conquistar as plateias

ocidentais durante décadas, sobretudo na segunda metade do século XX, sendo que ocasionalmente retomam a sua popularidade (Nogueira, 2010).

Gangster film - Os filmes de crime e de *gangsters* são desenvolvidos em torno de acções sinistras de grupos de criminosos ou bandidos. São filmes que abordam, particularmente, histórias de assaltantes, figuras do submundo ou bandidos cruéis que operam fora da lei, realizando roubos e homicídios violentos. Abordam, essencialmente, histórias ligadas à criminologia (Konigsberg, 1997).

No subgénero de filmes de *gangsters*, o fascínio advém precisamente da ousadia e rebelião contra o sistema de valores instituído e do seu *modus operandi* profundamente violento. Este subgénero originou alguns títulos emblemáticos da história do cinema e marcou a carreira de alguns dos seus grandes autores. Entre as diversas obras criadas, merece especial destaque “*The Godfather*”, de Francis F. Coppola, um dos grandes títulos da história do cinema. Entre os realizadores mais recentes cuja carreira é marcada por este tipo de filmes, ganham especial relevo Martin Scorsese e Quentin Tarantino (Nogueira, 2010).

Teen Movies - Os *teen movies* são filmes saudáveis e divertidos (geralmente classificados como adequados para o público em geral) que não incluem temas ou cenas de violência, linguagem inapropriada ou calão, questões religiosas, sexualidade gratuita e assim por diante. São especificamente concebidos para crianças até aos 12 anos (ou para serem vistos em família). Estes filmes de cariz familiar podem realmente ser adequados para todos os grupos etários e cobrem uma ampla gama de categorias (aventura, comédia, fantasia, musicais, entre outras) (Konigsberg, 1997).

Os *teen movies* incluem geralmente um actor que focaliza a

sua acção na elucidação de temas relacionados com crianças, transmitindo uma lição ou moral, ou demonstrações de que o bem pode sempre vencer o mal (Konigsberg, 1997).

Estes filmes remetem claramente para o universo da adolescência e estão relacionados com dois níveis, que se encontram claramente interligados, por um lado, o público a que se destinam é maioritariamente jovem, por outro, e em clara correspondência, os temas abordados dizem respeito a este escalão etário. Assim, as histórias, as personagens, as situações e todas as referências destes filmes dizem respeito à adolescência, o que possibilita uma fácil identificação por parte do espectador (Nogueira, 2010).

Filme Épico - Os filmes épicos prendem-se muitas vezes a um evento histórico ou imaginário, a uma figura mítica, lendária ou heróica, adicionando um cenário extravagante e trajes luxuosos, acompanhados de grandiosidade, espectáculos e uma pontuação musical. (Konigsberg, 1997).

O filme épico aborda grandes questões que são colocadas sobre o pano de fundo dos grandes acontecimentos. O heroísmo, a coragem e a superação são exigidos a cada momento aos protagonistas. No final, o desfecho acabará por se revelar lendário, em muitos casos resultando de um martírio ou sacrifício derradeiro. A grandiosidade total e a perseguição do absoluto tornam-se uma premissa da narrativa e da estética (Nogueira, 2010).

Home-Movies - Os *home-movies* ou o cinema caseiro é um termo genérico utilizado para se referir a médias pré-gravadas que são vendidas ou alugadas para entretenimento caseiro. O termo surgiu na era do VHS e Betamax, e continuou a ser utilizado após o surgimento de formatos digitais como o DVD e o *Blu-Ray* (Lardener, 1987).

Esta produção doméstica tende a ser autobiográfica, privilegiando um registo de autenticidade, numa lógica muito própria do cinema documentário. Podemos fazer remontar a origem do *home-movie* aos pequenos episódios dos filmes dos irmãos Lumière, mas a verdade é que este subgénero conheceu um enorme incremento sobretudo com a introdução de tecnologias aparentemente favoráveis a uma democratização da criação e da produção (Nogueira, 2010).

A Internet tornou-se igualmente uma plataforma de divulgação fundamental deste subgénero de filmes, sobretudo através do fenómeno do sítio *on-line* do *YouTube*. A estética do *home-movie* acabaria por se alastrar mesmo à ficção, como são exemplo disso as imagens de *super 8*, frequentemente usadas em *flashbacks* ou no filme *“Redacted”*, uma espécie de diário de guerra da era digital (Nogueira, 2010).

Western Spaghetti - Os *western spaghetti* são filmes que foram originalmente lançados em italiano, mas como a maioria dos filmes caracterizaram moldes multilinguísticos e som pós-sincronizado, a maioria *“western all’italiana”*, não têm uma língua oficial dominante (Frayling, 2006).

No caso do subgénero *western spaghetti*, o seu nome deve-se precisamente ao facto de se tratar de filmes pertencentes a um género e a um tema clássico americano, o *western*, produzido fora do seu local de origem. A produção destes filmes era italiana e disseminou-se sobretudo na segunda metade da década de 1960 e na primeira parte da década de 1970 (Nogueira, 2010).

Kammerspiel - A categoria *kammerspiel* tem sido identificada como uma das três correntes básicas de cinema vanguardista, juntamente com o cinema expressionista e da nova objectividade (Bernardi, 2007).

O *kammerspiel* distingue-se enquanto subgénero, precisamente pelo facto da sua acção decorrer num espaço exíguo e com um número muito reduzido de personagens. A influência do teatro é nítida neste tipo de filmes que se popularizaram sobretudo nos anos de 1920 na Alemanha. Durante este período, estas narrativas tendiam a centrar-se na descrição e análise das condições de existência das classes trabalhadoras (Nogueira, 2010).

A psicologia das personagens tende a ganhar uma enorme importância, muitas vezes reforçada pelo próprio cenário. Posteriormente a este período áureo, Ingmar Bergman, um dos mais importantes autores da história do cinema, seria um dos mais influentes realizadores a trabalhar a partir dos pressupostos deste subgénero. No cinema independente e no cinema de autor não é raro, igualmente, encontrarmos elementos do mesmo (Nogueira, 2010).

Tribunal/Prisão - Estes filmes são normalmente considerados um subgénero da categoria de *gangster movies* (ou filme *noir*), filmes de suspense ou *thriller*, em que o foco é sobre o crime sem solução (geralmente, sobre um assassinato ou desaparecimento de um ou mais personagens, ou sobre um roubo). O personagem central, normalmente, é um detective herói que conhece várias aventuras e desafios na busca fria e metódica do criminoso ou em busca de uma solução para um crime (Konigsberg, 1997).

Os filmes inseridos no subgénero Tribunal/Prisão, são tipos de obras onde o cenário é fulcral, tratando-se de subgéneros muito oscilantes no que respeita à produção e à popularidade. Importa referir então que no filme de tribunal, a retórica toma a sala de tribunal como um palco de contendas verbais, no sentido de garantir que se cumpra a promessa de justiça; no caso do filme de prisão, a astúcia é decisiva para o protagonista na elaboração de um engenhoso plano de fuga

de um espaço, cujo objectivo último é o encarceramento absoluto (Nogueira, 2010).

Trash - O filme *trash* distingue-se dos demais pelo facto de apresentar valores de produção incipientes e temas cuja escolha ou abordagem estão longe do cânone cultural e social vigente, designadamente, o sexo, a droga ou a violência, são alguns exemplos. É um cinema que menospreza as preocupações técnicas e artísticas e convoca o público para uma adesão eminentemente lúdica. Realizadores como Russ Meyer ou Roger Corman construíram todo o seu prestígio enquanto autores de obras deste subgénero (Nogueira, 2010).

Filmes de culto - Os filmes de culto (ou *cult films*) têm um público limitado, mas muito especial. São, geralmente, filmes estranhos, peculiares, pouco frequentes, esquisitos ou surreais, com ultrajantes personagens, únicas, podendo incluir *cartoons* ou enredos formados por conjuntos excêntricos. Estes filmes são muitas vezes considerados controversos porque saem de uma narrativa padrão e de convenções técnicas tradicionais (Konigsberg, 1997).

Os filmes de culto consistem, pois, em obras que contra toda a expectativa e devido a circunstâncias específicas e imponderáveis, ganham um valor cinematográfico (Nogueira, 2010).

Série B - Os filmes B ou série B, são filmes de baixo orçamento do cinema comercial, que não são, definitivamente, *home-videos* ou filmes pornográficos. No seu uso original, durante a era de ouro de *Hollywood*, o termo foi identificado mais precisamente, como filmes destinados à distribuição, com menos divulgação que outros comercialmente mais lucrativos (Berra, 2008).

Os filmes de série B devem a sua denominação ao facto de serem produzidos como complemento de um filme A, durante

o *studio-system* da *Hollywood* clássica. Em certas sessões eram apresentados dois filmes, um de qualidade pretensamente indiscutível e um de baixo orçamento, rodado em pouquíssimo tempo, sem grandes condições de produção e com actores de segunda linha (Nogueira, 2010).

Gore - Um filme *gore* é um subgénero do filme de terror que, deliberadamente, se concentra em representações de violência gráfica. Estas películas, por meio do uso de efeitos especiais, tendem a apresentar um interesse evidente na vulnerabilidade do corpo humano e na teatralidade da mutilação (McCarty, 1984).

O cinema *gore* enquanto subgénero do filme de terror, distingue-se dentro deste género clássico, pela forma explicitamente exagerada como apresenta situações de violência e, por vezes, de sexo. Esta exposição da violência de uma forma absolutamente livre, passa pela exibição hiper-realista de vísceras humanas ou animais, pelo uso de enormes quantidades de sangue em cenas de crime e abuso físico, pela dilatação das cenas de tortura que podem levar o espectador à agonia ou à náusea (Nogueira, 2010).

Blaxploitation films - *Blaxploitation* é um subgénero de filme que surgiu nos E.U.A., na década de 1970. É considerado um subgénero étnico da categoria geral de filmes de exploração e foram originalmente feitos especificamente para um público urbano (Ebert, 2004).

Os *blaxploitation films* são um conjunto de filmes feitos por realizadores negros, com temas e cenários próprios desta comunidade americana e com este segmento da população como audiência privilegiada, que acabariam por ficar conhecidos como *blaxploitation films*. A vida no gueto, o tráfico de droga, a prostituição, o crime e a violência são algumas das marcas deste subgénero de filmes (Nogueira, 2010).

Pornografia - A pornografia é relativamente distinta do erotismo, este consiste na representação da sexualidade com aspirações de arte, incidindo sobre os sentimentos e as emoções, enquanto aquela envolve a descrição de actos de forma sensacional, com todo o foco no acto físico, de modo a despertar rápidas e intensas reacções (Gehrke, 1996).

O subgénero pornografia é reconhecível pelo seu conteúdo sexual explícito e por isso muitas vezes clandestino. Este subgénero detém uma retórica e uma estética muito própria, assentes no grande plano e na interpelação do espectador, e joga com dois dados fundamentais da experiência cinematográfica, designadamente, o exibicionismo e o *voyeurismo*. (Nogueira, 2010).

As duas variantes do subgénero pornografia são o *soft porno* e o *snuff movie*. O *soft porno* detém um traço distintivo que passa sobretudo pela excitação através da insinuação e não da exibição de cenas de sexo explícito. Já o *snuff movie* é uma variante deste subgénero cuja real existência é muitas vezes questionada, mas cuja característica essencial consiste na morte dos próprios actores que protagonizam o filme (Nogueira, 2010).

Mush-up - Um *mash-up* vídeo (ou *mashup film*) consiste na combinação de várias fontes de vídeos que normalmente não têm qualquer relação uns com os outros, tratando-se de uma obra derivada, que frequentemente satiriza as suas fontes de componentes ou de texto. Assim, uma vez que os *mashups* são um "transformador" do conteúdo original, eles podem encontrar protecção contra reivindicações de direitos autorais sob o "uso justo" da doutrina da lei de direitos autorais (Thill, 2008).

GÉNEROS DO CINEMA EXPERIMENTAL

- Sinfonia urbana** - O termo sinfonia remete-nos imediatamente para um género musical como referência e para a música como base criativa, neste género de cinema experimental procura-se ver na diversidade da cidade, nos seus ritmos, nas suas formas e no seu *design*, os traços de uma musicalidade que as imagens devem restituir ou sobressair (Nogueira, 2010).
- Trance film** - O *trance film* é construído como uma forma de *mise-en-abîme*, ou seja, como um conjunto de narrativas que se multiplicam, umas dentro das outras, como uma espécie de espiral de espaços, de tempos e de significados, fundindo e confundindo realidade e sonho. Neste género de filmes deve ter-se uma grande atenção aos movimentos de câmara, à montagem e à encenação quase coreográfica, como elementos de uma poética cinematográfica expressivamente distinta (Nogueira, 2010).
- Underground** - Um filme *underground* é um filme que está fora do *mainstream* ou dos menus principais, quer pelo seu estilo, género ou forma de financiamento (Farber, 1998).
- O género *underground* caracteriza certas obras que exibem uma vontade de quase clandestinidade subterrânea, e que, de algum modo, laboram sob a superfície das modalidades mais comuns e recorrentemente aceites do cinema, como a verosimilhança narrativa, o *glamour* do *star system* ou os quadros éticos e políticos dominantes. Quando falamos de vanguarda, por seu lado, trata-se de descortinar numa obra a sua vontade de tomar a frente da criação artística, o desejo de transgredir as estéticas e as temáticas vigentes e de relançar em cada novo filme o desafio da originalidade (Nogueira, 2010).
- Direct** - O *direct cinema* é um género de cinema que surgiu entre 1958

**film/filme
ensaio**

e 1962 na América do Norte, principalmente na província canadense de Quebec e nos Estados Unidos da América. É semelhante em muitos aspectos ao género cinema *vérité*, e caracterizou-se inicialmente pela captura de cineastas que se concentraram directamente na realidade representando-a verdadeiramente e que tendiam a questionar a relação entre realidade e o cinema (Morin, 1980).

Os *direct films* ou filmes-ensaio consistem em filmes sem câmara, que são filmes pintados ou inscritos directamente na película. (Nogueira, 2010).

ETAPAS DA DIRECÇÃO CINEMATOGRAFICA

Tipologia - Para Nogueira (2010) podemos dizer que o discurso cinematográfico se desenvolve no cruzamento de várias dimensões, nomeadamente, do mundo e dos seus fenómenos, dos cineastas e das suas visões, do espectador e das suas expectativas. A planificação é o momento fulcral em que cada um desses cruzamentos ocorre. Para proceder a essa planificação existe um vasto repertório de planos cuja tipologia se pode construir a partir das suas principais características morfológicas e funcionais, tendo em atenção, sobretudo, dois aspectos, nomeadamente, a escala, que, resumidamente, resulta da distância a que a câmara é colocada do objecto, e o ângulo, que resulta da posição da câmara em relação ao objecto. Estes dois aspectos, eminentemente perceptivos e fundamentais em qualquer estilística, não esgotam, no entanto, os critérios de identificação e caracterização dos planos cinematográficos (Nogueira, 2010).

Composição - O cineasta tem dois modos básicos de utilizar o seu material de modo formativo. Num primeiro nível, o nível da imagem, pode ser fiel ao objecto ou subjugá-lo à sua fotografia

-artística”. Num segundo nível, o nível de construção, o cineasta coloca as suas imagens num contexto e torna claras as suas intenções em relação a elas. Os vários géneros de filmes fazem a história do uso e dos objectivos dessa formação de segundo nível. Kracauser designa este processo por “Composição” (Kracauer, 1989).

A composição do plano respeita necessariamente à organização dos elementos que o constituem, como as personagens, os objectos, os espaços, os volumes, as manchas cromáticas, as linhas de força, as figuras, os fundos, o enquadramento, entre outros. A distribuição e a hierarquização destes elementos são fundamentais para captar, manter e dirigir a atenção do espectador, salientando ou esbatendo a importância relativa de cada um. A forma como dispomos os elementos uns em relação aos outros, constituirá, portanto, a primeira preocupação discursiva e estética, na criação de uma imagem cinematográfica (Nogueira, 2010).

É importante termos em consideração que quando apresentamos uma situação dramática ou ilustramos uma determinada temática, pertençam elas ao registo ficcional ou documental, todos os elementos se implicam mutuamente. É distribuindo e relacionando estes diversos elementos no plano que organizamos e apresentamos a informação e, desse modo, sugerimos ou impomos hierarquias de valor, esquemas de atenção ou operações de sentido ao espectador (Nogueira, 2010).

Moldura - A moldura estabelece os limites da imagem e é uma herança do Renascimento e da pintura em perspectiva. Neste modo de representação, os limites do quadro ajudam a desenhar as linhas de fuga, as quais contribuem para a criação da ilusão de tridimensionalidade do espaço e dos objectos. A institucionalização de uma moldura rectangular enquanto

limite privilegiado da imagem tem outra consequência, a qual se liga com a ilusão de tridimensionalidade atrás referida, ela ajuda também a direccionar a atenção do olhar para o seu conteúdo, a confluir para o centro (Nogueira, 2010).

Cultura Visual - Cultura visual é um campo de estudos que aborda os processos culturais relativos aos hábitos e aos costumes visuais de um ou vários povos. É a área do conhecimento que procura entender os aspectos visuais como fonte de transmissão cultural, bem como, as relações e interferências que os sistemas culturais acarretam ao processo visual de identificação e entendimento do mundo e da realidade. Por essas razões, geralmente inclui alguma combinação de estudos culturais, história da arte e antropologia, focando aspectos da cultura que se apoiem em imagens (Boris, 2009).

Na criação cinematográfica, existem alguns aspectos que se revelam incontornavelmente decisivos e que remetem, de algum modo, para a questão da cultura visual. Podemos mesmo colocar uma questão genérica de inegável relevância, talvez a mais premente de todas as questões, –“que filmar?”. Esta questão central há-de certamente dividir-se noutras interrogações que, ao mesmo tempo que a expandem, também a recobrem e a aprofundam, como –“que mostrar?” ou –“que se vê?”. Por vezes, é necessário inventariar e enunciar uma espécie de inquérito que nos permita perceber para onde olhar e o que vemos ao imaginar, ao filmar ou ao visionar um filme (Nogueira, 2010).

A subjectividade e o mundo acabam por constituir outros eixos fundamentais para compreender as imagens. Por um lado, uma percepção que centra tudo num sujeito, sendo a partir desse lugar, desse ponto de vista, que poderemos enunciar um juízo, uma qualificação das imagens, uma avaliação das obras, um cuidado do mundo. Por outro lado, todo o peso de um referente que nunca poderemos ignorar,

de um mundo que se constitui na sua espessura ontológica, que se impõe ao olhar (Nogueira, 2010).

Cinematografia - A cinematografia é a arte ou ciência da fotografia, da imagem em movimento. É a arte ou técnica de fotografia do filme, incluindo o disparo e o desenvolvimento do filme (Dancyger, 2006).

A cinematografia está dependente, em larga medida, da fotografia, daí que o trabalho sobre as propriedades fotográficas da imagem, seja na utilização de meios analógicos, seja na utilização de meios digitais, se revela de uma importância fulcral. Estas propriedades são muito variadas e o seu domínio é imprescindível na criação da imagem cinematográfica. Os aspectos que vamos aqui focar são a cor. A cor, ou o espectro cromático, é um dos aspectos que pode ser trabalhado do ponto de vista fotográfico, por exemplo uma imagem pode ser a cores, conter as inúmeras variantes de cinzento ou ser apenas a preto e branco. Pode também privilegiar-se as cores primárias, definir-se tons com grande precisão ou esbatê-los (Nogueira, 2010).

Não sendo possível elaborar uma tipologia exaustiva dos significados das diferentes cores, uma vez que eles dependem do contexto em que estas se integram, podemos, contudo, relevar algumas características empiricamente constatadas. Assim sendo, podemos distinguir entre as cores frias e as cores quentes, próximas e distantes, suaves e fortes. As cores frias, como o azul ou o verde, por exemplo, tendem a criar um maior distanciamento afectivo por parte do espectador (Nogueira, 2010).

Enquadramento - O enquadramento é a acção de seleccionar determinada porção do cenário para figurar na tela. Assim sendo, em função do enquadramento, uma paisagem pode aparecer com mais céu, mais árvores, mais água e uma pessoa pode

aparecer de corpo inteiro na tela ou pode optar-se por mostrar apenas o seu rosto (Costa, 1989).

Um enquadramento equilibrado ou harmonioso tende a facilitar a leitura da imagem, o que não significa que a ruptura de convenções não seja uma possibilidade, sendo que por vezes é até uma exigência do cineasta (Nogueira, 2010).

Porém, algumas determinações lógicas podem ser adoptadas de modo a encontrar soluções adequadas de enquadramento. A composição triangular é um bom exemplo, segundo a qual se desenha uma espécie de triângulo a partir do centro. Outra será, a lei dos terços, que consiste na divisão de uma imagem através de duas linhas verticais e duas linhas horizontais equidistantes, cuja intercepção assinala os pontos fortes da imagem. A simetria ou o equilíbrio são também modos de encontrar uma harmonia que não sendo imperiosa, é muitas vezes visualmente benéfica (Nogueira, 2010).

GUIÃO E PLANEAMENTO TÉCNICO

O domínio dos elementos essenciais da linguagem cinematográfica é seguramente um dos critérios que permite identificar e distinguir as capacidades artísticas de um realizador. É através desse domínio que se pode levar a cabo um trabalho criativo suficientemente sustentado, uma vez que, cada um destes elementos terá implicações inevitáveis e decisivas na obra que se pretende realizar (Nogueira, 2010).

O guião constitui, frequentemente, e não é demais sublinhá-lo, um momento fundamental da concepção de uma obra cinematográfica, sobretudo na sua modalidade narrativa. É o momento em que pela primeira vez as ideias passam para o papel, recorrendo a uma estilística funcionalmente bem

determinada. Prosseguindo esse trabalho de concepção e preparação prévio à rodagem ou filmagem, encontramos outros dispositivos que servem de base a esse processo (Nogueira, 2010).

A planificação e a montagem são duas diligências fundamentais daquilo que se poderá chamar de linguagem cinematográfica. A *découpage* e o storyboard são também ferramentas muito úteis para operar a este nível. No entanto, devemos afirmar, uma vez mais, que é perfeitamente viável recusar ou negar estas ferramentas, dado que em muitas circunstâncias, é contra as normas e os procedimentos que se consegue ser criativo. Contudo, não conhecer as ferramentas, nem os procedimentos à nossa disposição, poderá revelar-se extremamente nefasto (Nogueira, 2010).

Storyboard - O storyboard é uma ferramenta de visualização prévia do filme, que está mais próxima ainda da obra final do que o guião técnico. A utilização do storyboard tem vindo a difundir-se nos diferentes tipos de produções cinematográficas, bem como, nas áreas da publicidade ou do *videoclip*, onde é quase um imperativo. Pode funcionar como alternativa ao guião técnico ou complementá-lo e, em termos gerais, os aspectos formais e funcionais acima indicados a propósito daquele são igualmente válidos (Bruck, 2008).

A norma na concepção do storyboard faz corresponder um desenho (ou seja, um quadrado) a um plano. É nesse desenho que se procura transmitir expressivamente quer as implicações dramáticas dos eventos sobre as personagens, quer a relevância das acções das personagens para o decurso da narrativa. É através dele que podemos perceber os antecedentes e as consequências de um acontecimento. Existem, porém, planos que, pela sua complexidade, podem necessitar de vários desenhos para apresentar

convenientemente o seu conteúdo (Bruck, 2008).

Cada quadrado do storyboard corresponde, portanto, a um momento decisivo da acção. Sendo assim, importa salientar que o storyboard deve, necessariamente, possuir uma apresentação cuidada que facilite a sua consulta por todos os intervenientes que dele se hão-de socorrer. E, importa referir ainda, que estes utensílios possuem um grau de pertinência muito distinto em função dos géneros cinematográficos, estratégias criativas e tipos de produção que os podem tornar imprescindíveis para muitos e quase intoleráveis para alguns. Cada qual saberá deles fazer o melhor uso, desde que conheça as suas vantagens e perigos (Bruck, 2008).

Plano - Em cinema um plano é um trecho de filme rodado ininterruptamente ou que parece ter sido rodado sem interrupção. É um conjunto ordenado de fotogramas ou imagens fixas, limitado espacialmente por um enquadramento (que pode ser fixo ou móvel) e temporalmente por uma duração. Os fotogramas, planos, cenas e sequências constituem uma hierarquia de unidades do produto audiovisual, tanto para o planeamento e para a realização, quanto para a recepção e análise do seu significado (Aumont, 1995).

Planificar é o passo necessário para criar uma imagem cinematográfica na mente, no papel, na câmara, na película ou no ecrã. A forma como vemos e lemos as imagens cinematográficas é em grande medida o resultado das opções do realizador, no que respeita à escolha e organização dos planos (Nogueira, 2010).

Os planos são reunidos pelo editor numa ordem predeterminada de modo a produzir, pela própria sequência de enquadramentos, um efeito intencional determinado, semelhante ao modo como um montador reúne as partes de

uma máquina para transformar essas partes desunidas numa máquina produtora de força e de trabalho (Andrew, 1989).

Mesmo correndo o risco de não ser absolutamente exacta ou suficientemente abrangente, pode dizer-se que a noção de plano designa a unidade mínima da linguagem cinematográfica, isto é, um segmento ininterrupto de tempo e espaço fílmico, ou seja, uma imagem contínua entre dois cortes ou duas transições. Tão resumida e simples o quanto possível, a definição que acabamos de propor corre o risco de não contemplar todas as nuances conceptuais e perceptivas implicadas na ideia de plano. Sendo inevitavelmente incompleta (Nogueira, 2010).

Grande plano - O grande plano mostra o rosto de um personagem (Aumont, 1995).

O grande plano é particularmente vantajoso, se se pretende exprimir ou revelar emoções específicas cujo efeito dramático num plano geral (ou mesmo num plano médio) se perderiam (Nogueira, 2010).

O grande plano pode ser também utilizado para isolar e sublinhar dramática e narrativamente certos objectos relevantes para o desenrolar da acção, em momentos chave do enredo (Nogueira, 2010).

Plano médio - Um enquadramento realizado por intermédio de um plano médio compreende um trecho de um ambiente em geral, com pelo menos uma personagem enquadrada (Leone, 2005).

O plano médio permite um equilíbrio entre a distância e o envolvimento, colocando o espectador a meio caminho entre a imersão e a contemplação, ou seja, entre a empatia, privilegiada pelo grande plano, e o afastamento, consequência do plano geral (Leone, 2005).

O plano médio mostra a figura humana até à cintura. Desse modo, combina parcialmente as características fundamentais do grande plano (a focalização deliberada da atenção) e as características do plano geral (o distanciamento afectivo). Este equilíbrio entre a distância e o envolvimento afectivos e entre a proximidade e o afastamento perceptivos, torna-o especialmente propício para a apresentação de cenas de diálogo entre diversas personagens ou de cenas de acção, em especial as lutas corpo a corpo (Nogueira, 2010).

Plano americano - O plano americano mostra um único personagem enquadrado, mas não de corpo inteiro (da cabeça até a cintura ou até o joelho) (Burch, 1973).

Este tipo de plano deve o seu nome ao uso recorrente que dele foi feito no cinema clássico americano. Em termos perceptivos, consiste no enquadramento da personagem até aos joelhos. Este tipo de enquadramento procura tirar o maior partido da linguagem física do actor, mostrando uma personagem em pé. Nele cabe, portanto, toda a informação relevante, incluindo as mãos e a cintura, ao mesmo tempo que se subtrai a parte do corpo humano expressivamente menos determinante, ou seja, os pés (Nogueira, 2010).

Plano geral - O plano geral mostra uma paisagem ou um cenário completo (Aumont, 1995).

Um plano geral pode incluir, além da personagem completa, o cenário que a envolve. Assim, podemos afirmar que o plano geral permite apresentar uma vasta quantidade de informação. Esta vastidão de informação pode ir até ao plano extremamente afastado, de grande amplitude, no qual a personagem pode acabar, eventualmente, por se diluir no espaço que a envolve (Nogueira, 2010).

Um dos benefícios do plano geral é o aproveitamento que

este possibilita da linguagem corporal das personagens, bem como da relevância do espaço cénico para a caracterização dramática da própria acção e das personagens. Não devemos esquecer, porém, que neste tipo de plano o objecto, a personagem ou a acção vêem a sua importância de certo modo esbatida ou dissolvida na vastidão do contexto circundante e dos elementos que compõem a imagem (Aumont, 2003).

A elevada quantidade de informação que este género de plano oferece ao espectador dá-lhe a possibilidade de uma leitura mais livre do que qualquer outra modalidade da escala de planos que, ao contrário do que acontece com planos mais fechados como o grande plano ou o plano de detalhe, o plano geral não focaliza claramente a atenção sobre um objecto, um aspecto específico deste ou um elemento da acção. Logo o espectador é convidado a efectuar uma exploração perceptiva do plano na qual estabelece, subjectivamente, as suas próprias hierarquias dramáticas e os seus próprios privilégios narrativos (Nogueira, 2010).

Plano frontal - O plano frontal é o plano em que a câmara filma o personagem ou objecto de frente (Costa, 1989).

Em termos de ângulo, podemos afirmar que o plano frontal serve como norma e referência. De certo modo, este tipo de plano permite uma relação de neutralidade valorativa entre o observador e o objecto da observação. A câmara é colocada sensivelmente ao nível dos olhos da personagem, de frente para ela. Podemos dizer, portanto, que se trata de um plano afectivamente asséptico, que dispensa qualquer valorização ou desvalorização da personagem, do objecto ou do acontecimento. A sua função é, portanto, mais descritiva do que crítica (Nogueira, 2010).

Plano zenital - No plano zenital a câmara é colocada no alto do cenário, apontando directamente para baixo. Esta terminologia provém da palavra zénite, que é o ponto central do céu quando olhamos directamente para ele (Aumont, 1995).

O plano zenital comporta igualmente uma importante função descritiva. Este tipo de plano consegue-se colocando a câmara na sua máxima verticalidade em relação à acção. Desse modo, permite como que mapear todo o espaço mostrado e localizar geograficamente as personagens e os objetos nesse mesmo espaço (Nogueira, 2010).

Este efeito de mapeamento corresponde, metaforicamente, a uma espécie de percepção divina dos acontecimentos, como se fosse possível ver tudo de uma só vez. Este plano pode ser útil para mostrar diversos núcleos de acção que decorrem em simultâneo e cuja percepção global de outro modo se revelaria difícil. Daí que, neste tipo de plano se recorra muitas vezes ao *travelling*, precisamente no sentido de expandir os limites do enquadramento (Nogueira, 2010).

Plano picado - Para efectuar um plano picado a câmara é posicionada acima do seu objecto, que é visto, portanto, em ângulo superior. No exemplo mais simples, filma-se um personagem colocando-se a câmara acima do nível dos seus olhos (Burch, 1973).

O plano picado mostra-nos a acção ou a personagem enquadrada diagonalmente de cima para baixo. A colocação da câmara pode ser efectuada deste modo, com o objectivo de demonstrar o ponto de vista de uma personagem, situação em que a sua função tende a ser estritamente narrativa. Ou pode ser efectuada com propósitos retóricos e semióticos bem definidos (Burch, 1973).

Plano contrapicado - Para realizar um plano contrapicado a câmara é colocada abaixo do objecto, fazendo com que o espectador veja a cena

de baixo para cima (Costa, 1989).

O plano contrapicado responde a propósitos simbólicos e dramaticamente deliberados e tende a engrandecer o objecto, ou a personagem, a mostrá-lo como maior ou mais relevante do que ele é na realidade. Este plano permite todo um conjunto de efeitos afectivos que podem ser conseguidos, nomeadamente, a imponência, a superioridade, a predominância, a elevação, ou no limite, o endeusamento (Nogueira, 2010).

Plano oblíquo - Este tipo de plano procura captar perceptivamente um determinado estado anímico da personagem e, conseqüentemente, a insinuá-lo para o espectador. Procura-se através dele, sugerir ou tornar manifesta a instabilidade emocional de uma personagem ou a tensão dramática de uma dada situação. A sua estranheza perceptiva pode ser um factor decisivo que explique a sua utilização esporádica (Nogueira, 2010).

Plano subjectivo - O plano subjectivo é um enquadramento que mostra directamente o ponto de vista de uma personagem, ou, por outras palavras, aquele em que vemos a acção e os eventos como se fôssemos colocados na posição da personagem no filme (Aumont, 1995).

Podemos afirmar que a larga maioria dos planos são objectivos, precisamente no sentido em que, colocam o espectador num lugar de observador exterior aos acontecimentos, ainda que privilegiado e deliberado. A excepção é precisamente aquilo que aqui designamos por plano subjectivo. Esta ideia de subjectividade prende-se, precisamente, com o facto de neste tipo de plano a percepção corresponder ao ponto de vista de uma personagem interveniente na própria acção, daí que se designe, na terminologia anglo-saxónica, por POV, ou seja,

point of view shot. Neste caso, portanto, o espectador vê o que a personagem vê, desse modo ocupando o seu lugar em termos perceptivos e afectivos (Nogueira, 2010).

Plano reflexivo - O plano reflexivo segue uma lógica da transparência enunciativa, que tende a assumir-se como preponderante no cinema narrativo. Significa isto que todos os recursos estilísticos e morfológicos tendem a ser utilizados com o propósito bem específico de criar a ilusão de um universo diegético autónomo, estabelecendo para o espectador um lugar de testemunha invisível direta e, simultaneamente, privilegiada dos acontecimentos. Assim, os diversos dispositivos utilizados devem, eventualmente, apagar-se da consciência do espectador (Nogueira, 2010).

Plano sequência - O plano sequência é um plano tão longo que se pode dizer que corresponde a uma sequência inteira do filme (Costa, 1989).

O plano sequência utiliza normalmente o movimento da câmara, uma vez que através deste podemos acompanhar um acontecimento em diversos espaços ou ligar diversas acções entre si. Podemos assim afirmar que neste tipo de plano se combinam diversos ângulos de câmara resultantes do movimento da mesma, sem cortes, em alternativa àquele que seria o procedimento discursivo comum, como filmar essa acção em vários planos e ligá-los através da montagem (Nogueira, 2010).

O plano sequência apresenta, acontecimentos correspondentes a mais que uma cena, ou seja, a uma sequência, sem o recurso ao corte. Como referimos, apesar de ser associado normalmente ao movimento de câmara, o plano sequência pode eventualmente ser conseguido também num plano fixo, desde que haja uma nítida mudança

de acção, de tempo ou de espaço (Nogueira, 2010).

Plano de situação - O plano de situação (ou, em inglês, *establishing shot*) é um plano fundamental para assegurar uma perspectiva geográfica clara e ampla do espaço da acção para o espectador (Burch, 1973).

O plano de situação contextualiza os acontecimentos e permite-nos saber, por exemplo, quem intervém na acção, onde se encontra ou para onde se movimenta. Apesar da sua função parecer extremamente prosaica, é fundamental para uma fácil inteligibilidade das acções. No plano de situação, a localização das personagens de uma acção é ilustrada num plano geral que abre a cena (Nogueira, 2010).

Esta referência espacial prévia permite ao espectador acompanhar as acções posteriores das personagens de forma mais cómoda. Sendo que, sem a existência dessas referências espaciais, a inteligibilidade da acção seria colocada em risco, já que o desenrolar da acção é mostrado com recurso a planos próximos que não exibem a mesma quantidade de informação contextual que o plano geral (Nogueira, 2010).

Padrão - A imagem cinematográfica marca uma diferença técnica em relação às imagens manuais e mesmo em relação às imagens que lhe são mais familiares, como as imagens fotográficas, pois acrescenta a estas o movimento. Mas a verdade é que, apesar destas diferenças, podemos descrever uma espécie de arquétipo visual que atravessa estes diversos tipos de imagens e que acaba por estabelecer os parâmetros da sua compreensão (Nogueira, 2010).

Cronograma - O cronograma é um instrumento de planeamento e controlo semelhante a um diagrama, em que são definidas e detalhadas minuciosamente as actividades a serem

executadas durante um período estimado. É habitualmente utilizado para organizar o processo de filmagens de uma produção cinematográfica, de modo, a rentabilizar os custos de produção, pois, através de um cronograma que permite a organização do processo de gravações, toda a produção é feita de um modo mais eficaz e eficiente (McKernan, 2005).

Ao nível gerencial, um cronograma é um artefacto de controlo importante para levantamento dos custos de um projecto e, a partir deste artefacto, pode ser feita uma análise de viabilidade antes da aprovação final para a realização do projecto (McKernan, 2005).

Director de fotografia - O director de fotografia é a pessoa que fotografa com uma câmara de cinema. O director de fotografia (DP) é o chefe sobre a câmara e sobre as equipas de iluminação que trabalham na produção de um filme e é o responsável por alcançar decisões artísticas e técnicas relacionadas com a imagem. As funções do DP podem variar. O director de fotografia é a pessoa que planeia e coordena a filmagem real do filme (Dancyger, 2006).

Cor - A cor no cinema está muitas vezes associada a certos géneros, certas tecnologias ou certas tradições. Assim, o esplendor e a invulgaridade do *tecnicolor* acaba por estar intimamente relacionado com géneros clássicos e extremamente ligado ao melodrama ou ao musical, em sentidos divergentes, criando um ambiente de seriedade dramática, num caso, e criando um forte escapismo hedonista, no outro (Nogueira, 2010).

Iluminação - A iluminação é outro dos elementos fundamentais para a composição das imagens e para o seu significado. A propósito da luz, importa realçar diversas características gerais da mesma, nomeadamente, a sua fonte (natural ou artificial), a sua forma (dirigida ou difusa) e a sua escala

(claro ou escuro), são alguns dos aspectos decisivos para criar um plano cinematográfico. Todos estes elementos são determinantes não apenas na imagem cinematográfica, mas igualmente nas demais artes visuais, das quais o cinema, aliás, colhe variadas influências e ensinamentos (Nogueira, 2010).

Lentes - As lentes podem ser acopladas à câmara para dar um certo olhar, sentir ou efeito de cor, foco, entre outros. Assim como o olho humano, a câmara cria perspectivas e relações espaciais com o resto do mundo. No entanto, ao contrário de um olho, um cineasta pode escolher lentes diferentes para diferentes fins. A variação do comprimento focal é uma das principais vantagens. O comprimento focal da lente determina o ângulo de visão e, por conseguinte, o campo de visão (Andrew, 1989).

As lentes são um dispositivo técnico que pode influenciar os resultados estéticos e cognitivos da imagem cinematográfica, sobretudo ao nível da perspectiva com que os objectos ou os acontecimentos são apresentados. Existem três tipos fundamentais de lente, nomeadamente, as lentes normais, as grandes angulares e as teleobjectivas. Cada uma delas cria uma percepção bastante diferenciada dos objectos. Daí que a sua escolha deva encontrar uma justificação estética, narrativa ou dramática devidamente sustentada (Nogueira, 2010).

Lentes normais - Na fotografia e cinematografia uma lente normal é uma lente que reproduz um campo de visão que geralmente parece "natural" a um observador humano, em condições normais de visualização, quando comparado com as lentes com maiores ou menores distâncias focais que produzem um campo expandido ou contraído de vista, que distorce a perspectiva quando vista a partir de uma distância de visão normal

(Warren, 2002).

Estas lentes imitam, de certa forma, a percepção do olho humano, mantêm, portanto, as características de escala e profundidade com que habitualmente percebemos os objectos (Nogueira, 2010).

Grande angular - Em fotografia e cinematografia, uma objectiva grande angular refere-se a uma lente cuja distância focal é substancialmente menor que a distância focal de uma objectiva normal (Warren, 2002).

Ao exagerar a profundidade, cria a sensação de um afastamento dos objectos na imagem. Trata-se de um tipo de lente que distorce a perspectiva comum, sendo usada frequentemente com intuítos dramáticos na simulação de estados emocionais perturbados das personagens. De um ponto de vista técnico, este tipo de lente permite igualmente trabalhar em espaços reduzidos com especial facilidade (Nogueira, 2010).

Teleobjectiva - É uma estrutura de uma objectiva fotográfica de grande distância focal, na qual o comprimento físico da lente é menor que a distância focal. Isto é conseguido pela incorporação de um grupo especial de lente, conhecido como um grupo de telefoto que estende o caminho da luz para criar uma lente de foco longo, num *design* muito mais curto (Warren, 2002).

Trata-se de uma lente que reduz a profundidade. Pelo que, os objectos distantes na realidade parecem aproximar-se na imagem. De alguma forma, podemos então dizer que este tipo de lente comprime o espaço e que os acontecimentos e objectos aparentam estar mais próximos do que se encontram na realidade (Nogueira, 2010).

- ZOOM** - Também designado como *travelling* óptico, o *zoom* possibilita a manipulação da perspectiva dentro do próprio plano. Esta lente foi inicialmente desenvolvida para a fotografia aérea e de reconhecimento. É ainda muito usada em reportagens televisivas (ou, aproveitando as suas possibilidades rítmicas e gráficas, nos *videoclips* e na publicidade), mas mais esporadicamente em filmes. Pode substituir o movimento da câmara, mas com efeitos não totalmente coincidentes. (Nogueira, 2010).
- Olho-de-peixe** - O nome provém da semelhança entre a forma da imagem que cria e a forma da visão dos peixes, uma vez que leva à distorção da perspectiva própria da grande angular ao limite. Assim, os objectos apresentam-se com grandes dimensões no centro da imagem, diluindo-se os pormenores à medida que nos aproximamos dos bordos desta. A distorção exagerada da imagem faz com que esta ganhe uma forma esférica. É pouco usada em filmes convencionais, sendo que, em *videoclips* ou filmes experimentais é mais comum (Nogueira, 2010).
- Técnicas de captura** - Um recurso comum, que permite criar nítidas hierarquias de relevância e atenção, consiste na alternância entre a focagem e a desfocagem. A focagem e a desfocagem permitem não só criar diversas modalidades perceptivas, destacando ora a figura, ora o fundo, ora um objecto, ora outro, como insinuar, de forma mais incisiva ou mais progressiva, relações de valor entre os diversos elementos, chamando a atenção para uns (os focados) em detrimento dos outros (os desfocados) (Nogueira, 2010).

TIPOLOGIA DA MONTAGEM

Montagem acelerada - A montagem acelerada pode encontrar duas formas fundamentais, uma rítmica e a outra dramática. A sua dimensão rítmica é talvez a mais simples, consistindo na sucessão cada vez mais rápida de uma sequência de imagens/planos, por vezes até ao limite da inteligibilidade. A sua dimensão dramática prende-se com os efeitos de tensão criada no espectador, aumentando crescentemente a ansiedade deste (Nogueira, 2010).

A chamada "montagem acelerada", tem como intuito transmitir a ideia abstracta da velocidade (Gance, 1970).

Alegoria - Uma alegoria é uma figura do discurso que consiste em usar elementos e objectos concretos para ilustrar ideias ou conceitos abstractos. Esta relação entre o concreto e o abstracto opera sobretudo ao nível do simbolismo, revelando-se novos sentidos sob a aparência superficial e literal da imagem. Trata-se de uma forma de expressão e comunicação extremamente flexível na sua codificação, com graus de exigência muito variados na sua decifração (Kubrick, 2001).

Alternância - A alternância permite-nos ter uma percepção abrangente de duas ou mais acções ou objectos, sublinhando a sua contiguidade ou a sua contraposição narrativa, temática, estilística ou morfológica. A alternância tende a ser entendida a partir da simultaneidade cronológica das acções, mas não necessita ser assim, ou seja, podemos alternar entre diversas realidades nem sempre simultâneas (Nogueira, 2010).

Analepse - A modalidade mais comum das anacronias é a analepse, que é fundamental para a narrativa de muitos filmes. Consiste em recuar no tempo dos acontecimentos para encontrar no passado as causas de certos acontecimentos ou os motivos

de certas personagens, invertendo, portanto, a direcção da narrativa. Vulgarmente é conhecido por *flashback*. Através da analepse podemos, por exemplo, suspender a acção num momento decisivo ou adensar a história, revelando progressivamente novas informações que vão complementando o enredo e a caracterização das personagens (Eisenstein, 1993).

Citação - O processo de citação é bem conhecido da literatura. Rigorosamente, consiste em retirar parte de um texto do seu contexto originário para a colocar em novas circunstâncias, ganhando desse modo um novo significado. Diferencia-se da alusão, sobretudo pelo facto de a sua presença ser nitidamente assinalada, ao contrário do que sucede com a alusão, a qual tende a ser bem mais subtil. Ainda assim, muitas vezes, e dando ao conceito uma grande elasticidade, designamos por citação aquilo que não é mais que uma alusão, evocação ou referência. (Nogueira, 2010).

Concorrência - Através da montagem podemos realçar o contraste mais ou menos acentuado entre características das personagens, momentos de acontecimentos, aspectos de objectos ou o valor das ideias. A importância do contraste revela-se essencialmente na faculdade de colocar diversos factos ou dados em perspectiva e comparação. Pela clareza que permite na exposição da mensagem, é muitas vezes utilizado para sublinhar disparidades ideológicas ou éticas. O preto e o branco, o bem e o mal, o masculino e o feminino, o forte e o fraco, a escassez e a abundância, são alguns de uma infinidade de exemplos (Eisenstein, 1993).

Convergência - A convergência é relevante porque quando duas acções ocorrem num regime de simultaneidade, elas tendem muitas vezes a cruzar-se num determinado momento da narrativa, como acontece normalmente no final de uma sequência ou

de um filme. Perseguições, salvamentos ou as chamadas narrativas mosaicas, ilustram perfeitamente esta ideia de convergência narrativa de várias acções. Esta convergência liga-se, muitas vezes, à montagem alternada e à montagem acelerada, funcionando como uma espécie de cúmulo dramático (Nogueira, 2010).

Cubista - Se podemos falar de uma montagem cubista, é porque o cinema nos pode dar diversas perspectivas, tamanhos, escalas e ângulos, de um objecto ou de uma pessoa, de modo simultâneo. O funcionamento de uma máquina, a explosão de uma bomba ou a apresentação de uma personagem, são mostrados muito frequentemente através de diversos ângulos e planos. Daí que possamos fazer uma aproximação à estética cubista que tende a agrupar diversos níveis, momentos, perspectivas ou materiais nas suas obras (Huttunen, 1993).

A montagem tende, sobretudo no cinema narrativo, a criar condições para a empatia do espectador com as personagens, favorecendo a imersão na história que é contada. Em muitos casos a montagem cubista é usada para afastar o espectador da acção e para refrear o ímpeto ou o envolvimento emocional do mesmo (Huttunen, 1993).

Trata-se, pois, de criar efeitos de distanciamento, que podem acontecer de duas formas distintas. Verificamos esse distanciamento frequentemente no final de uma cena ou de uma sequência, quando a escala de planos se torna mais distante, passando de planos mais apertados a outros mais abertos. Uma outra forma de entender o distanciamento na montagem, remete para as ideias *brechtianas* de distância estética, a qual consiste na inserção de conteúdos alheios ou estranhos ao universo retratado, provocando um efeito de estranhamento no espectador (Huttunen, 1993).

Tom - O tom é a propriedade da montagem que consiste em associar um conjunto de planos em função de ritmos, melodias ou cadências, que podem visar de um ponto de vista estético, tanto a harmonia como o contraponto, a saturação como a dissolução, a agressividade como o apaziguamento. O tom é um conceito algo volátil e profundamente subjectivo, mas que corresponde a tipos de discurso facilmente identificáveis, designadamente, o tom agressivo, suave, crispado, elevado, melancólico, fúnebre, entre outros. (Nogueira, 2010).

Empatia - A noção de empatia serve para descrever as situações em que o espectador é levado para o interior da história, comungando em alto grau dos dilemas, preocupações ou sentimentos das personagens. O grande plano é, a este respeito, a referência máxima (Eisenstein, 1993).

A empatia pode ser tomada ainda num sentido mais estrito, quando se refere à capacidade da montagem para colocar o espectador no lugar da personagem de uma forma muito evidente, através do recurso ao plano subjectivo, por exemplo, correspondendo este à percepção da acção através da visão da personagem, ou do plano junto às costas da personagem, que nos faz partilhar do seu ponto de vista. Através da montagem e recorrendo sobretudo à progressão da escala de planos, podemos criar no espectador uma sensação de envolvimento em relação aos acontecimentos, às atitudes das personagens ou à relevância dos objectos (Huttunen, 1993).

Expectativa - A expectativa é conseguida na montagem quando a narrativa coloca alguma forma de questão ao espectador e suspende ou adia o momento da sua resposta. Efeitos como o mistério, a dúvida, a intriga ou a inquietação baseiam-se neste pressuposto. Frequentemente, este adiamento da resposta é

culminado com uma inversão das expectativas criadas, o chamado *twist* (Thompson, 2002).

Hipérbole - A hipérbole consiste em exagerar certas características de um objecto, de uma personagem ou de um acontecimento, seja num sentido de engrandecimento ou num sentido de diminuição (Eisenstein, 1993).

Podemos salientar cinco exemplos, tais como, o uso de uma montagem cada vez mais rápida que tende a implicar um crescendo de tensão, a repetição de partes da acção que tendem a sublinhar a mesma, a utilização de planos cada vez mais apertados que tendem a criar empatia, o recurso ao *slow-motion* para enfatizar dramaticamente um acontecimento, e o *jump-cut*, por exemplo, pode ser uma forma de aumentar o ritmo (Eisenstein, 1993).

A preocupação com a integração do discurso, ou seja, com uma harmoniosa e coerente articulação das partes, é uma preocupação do cinema em geral e, em particular, do documentário. Em muitas circunstâncias, o documentário tem de lidar com grandes quantidades de materiais heterogéneos. Nesse processo, torna-se imprescindível determinar de que modo poderemos integrar os planos em sequências capazes de garantir sentido e interesse ao filme. Nesse aspecto, as legendas, a *voz-off*, os capítulos ou formas de moldura e enquadramento, como os meses ou as estações do ano, podem ser de grande auxílio na articulação do discurso fílmico (Eisenstein, 1993).

Interdição - À primeira vista falar de interdição da montagem quase pode afigurar-se como um paradoxo. O certo é que, como sabemos, desde Bazin, a ausência de montagem provoca determinados efeitos e convoca certas experiências no espectador que, eventualmente, experimenta uma maior liberdade de leitura e vive um maior efeito de realismo

perante as imagens num plano sequência, do que numa sequência de planos (Nogueira, 2010).

Leitmotiv - A ideia de *Leitmotiv* na montagem prende-se com a organização do discurso em torno de um mote central e recorrente. Este mote é ilustrado por um motivo visual ou temático, que recorrentemente é apresentado e que pode assumir as mais variadas formas, como um objecto, uma frase, uma personagem ou uma paisagem, por exemplo (Warrack, 1995).

A vantagem da utilização do *Leitmotiv* é que funciona como fio ou pêndulo, não deixando o espectador afastar-se do assunto central. Da mãe que embala o berço no clássico “Intolerância”, aos relógios no *western* de suspense “High Noon”, encontramos múltiplos exemplos deste recurso (Eisenstein, 1993).

Labirinto - A ideia de labirinto prende-se com a capacidade da montagem para sugerir ou impôr a deriva espacial (e mesmo temporal). Tal pode acontecer das mais diversas formas. Basta que uma topografia não seja oferecida ao espectador para que o fio orientador que convencionalmente lhe é oferecido lhe falte. Um filme com uma estrutura labiríntica extremamente ousada é “Último ano em Marienbad”, onde tanto a ligação espacial como a ligação temporal dos acontecimentos são ténues, enganosas e mesmo ontologicamente impossíveis (Eisenstein, 1993).

Mosaico - A forma mais comum e literal de criar um mosaico visual através da montagem, consiste na utilização do ecrã dividido. Mas outras soluções são possíveis, como a alternância entre diversas linhas narrativas ou personagens, que dão ao filme uma caracterização espacial e temporal fragmentária, que pode ser extremamente importante para a profundidade da história e, sobretudo, para a sua abrangência (Thompson,

2002).

- Metonímia** - A metonímia é uma figura que permite perceber as relações entre seres ou estados, a partir de um princípio de conexão, seja de ordem causal ou sucessiva (Nogueira, 2010).
- Metáfora** - A metáfora consiste em identificar certas características de um objecto e transpô-las para um outro em função de um princípio de semelhança. Trata-se de uma operação de grande valor semântico e utilização corrente, pela clareza que permite na qualificação de um objecto e na exposição de uma ideia, bem como, pela facilidade com que pode ser construída (Eisenstein, 1993).
- Oposição** - Quando a montagem exhibe a oposição entre certos aspectos ou acontecimentos, o contraste é levado ao extremo. Neste caso, as diferenças são claramente evidenciadas através de uma lógica de separação e disjunção entre as características das diversas entidades. Da diferença perceptiva entre o claro e o escuro, ou o movimento e a inércia, às diferenças conceptuais entre o bem e o mal e a penúria e a abundância, por exemplo, são inúmeras as mensagens de oposição que a montagem permite construir. É cada vez mais comum uma obra lançar um desafio enigmático ao espectador, como se as convenções se tivessem tornado fastidiosas e o lúdico se impusesse como a melhor das soluções discursivas. Neste caso, a montagem pode ajudar a criar um *puzzle* que o espectador deve decifrar e resolver (Bordwell, 2006).
- Prolepse** - A prolepse consiste na alteração da ordem dos acontecimentos de forma a antecipar ocorrências futuras cuja explicação e justificação ainda não foram apresentadas. Trata-se da modalidade de anacronia menos frequente, conhecida vulgarmente por *flashforward*. Apesar da sua ocorrência muito escassa, pode ser interessante para

interligar o presente com o futuro. (Goodwin, 1993).

Paralelismo - O paralelismo permite-nos perceber em que medida duas acções ou duas ideias estabelecem entre si algum grau de semelhança ou diferença temática ou conceptual, que se vai insinuando de forma progressiva. Esta ideia de progressão na construção de uma ideia é fundamental para distinguir esta modalidade da montagem (Thompson, 2002).

Perífrase - Apesar de a perífrase ser uma figura do discurso literário, podemos transpô-la para o cinema em termos de equivalência. Assim, se a sua definição remete para o uso de muitos meios para afirmar ou descrever o que se poderia fazer com poucos meios, podemos notar que na montagem cinematográfica essa solução é de igual modo recorrente (Nogueira, 2010).

Reiteração - A reiteração coloca em evidência a capacidade de qualquer discurso, incluindo a linguagem cinematográfica, para apresentar repetidamente uma determinada informação, ao mesmo tempo que a reforça. As noções de *loop* e de ciclo são, cada uma a seu modo, exemplares desta operação, sendo que no primeiro caso trata-se de uma repetição sucessiva e no segundo trata-se de uma repetição faseada (Thompson, 2002).

Remistura - A ideia de remistura é proveniente do mundo da música, onde serve para descrever o processo de recriação de um tema tendo como base o original, manipulando os elementos de partida ou acrescentando outros. No cinema, a ideia de remontagem pode ser equivalente e utilizada em vários sentidos, num primeiro sentido pode remeter para os filmes-compilação feitos com *found-footage*, noutro sentido pode remeter para filmes que utilizam *extended versions* e ainda noutro sentido para filmes que oferecem finais alternativos

(Nogueira, 2010).

Reminiscências - As reminiscências são um processo mental que a montagem cinematográfica permite ilustrar através das mais diversas formas. Embora sendo uma solução mais da ordem da descrição do que da narração, a série é muitas vezes usada no cinema para mostrar um conjunto (temático ou não) de objectos, de gestos, de momentos, de dados ou de características, por exemplo. A montagem permite de um modo bastante expedito apresentar longas séries de informações, com interessantes variações rítmicas ou enfáticas, por exemplo (Huttunen, 1993).

Sinédoque - A sinédoque é uma figura retórica que permite a compreensão de algo a partir de um princípio de inclusão. Como por exemplo, a compreensão ou inferência da parte a partir do todo ou do todo a partir da parte, da espécie pelo género ou do género pela espécie, do conteúdo pelo continente ou do continente pelo conteúdo, do singular pelo plural ou do plural pelo singular. Este é um recurso muito comum em cenas de sexo ou violência em que a proibição ou o decoro recomendam a ocultação de certa informação. Assim sendo, poderá, por exemplo, ser utilizada uma faca ensanguentada para denotar a ocorrência de um crime (Huttunen, 1993).

Tensão - A criação de tensão é um dos propósitos fundamentais em diversos géneros de filmes como o *thriller* ou o filme de acção. Uma das formas comuns de conseguir esse efeito no espectador consiste em recorrer a planos cada vez mais curtos na duração e mais próximos na escala, de uma acção ou um conjunto de acções (Goodwin, 1993).

DISPOSITIVOS TÉCNICOS E ESTILÍSTICOS / EFEITOS

Se as opções de planificação condicionam a montagem, não é menos verdade que alguns aspectos da montagem condicionam previamente o trabalho de planificação que o realizador terá de efectuar. Esta estreita e imprescindível relação entre planificação e montagem é de mútua influência (Eisenstein, 1993).

A montagem é, de certo modo, um recurso paradoxal que, por um lado, o procedimento necessário que é o corte, constitui, com maior ou menor evidência e perturbação, uma interrupção na atenção do espectador, por outro lado, ele permite também construir o filme. As primeiras questões relacionadas com a problemática da montagem narrativa começaram a colocar-se logo nas primeiras décadas do cinema. Procurava-se planificar a encenação com um objectivo, contar uma história de uma forma coerente e clara, criando uma espécie de cartografia para as acções das personagens, de modo que o espectador possa acompanhar os acontecimentos inteligivelmente (Eisenstein, 1993).

Corte - Normalmente, o corte é estritamente diegético, isto é, ele liga planos de uma mesma história. Assim sendo, o corte pode ligar dois planos que ilustram uma mesma acção, o chamado corte na acção, bem como, dois planos de elementos de uma mesma cena (dois personagens em diálogo, por exemplo) que se sucedem continuamente, ou dois planos de acções que se ligam descontinuamente (acontece, por exemplo, nas elipses) ou, ainda, dois planos de cenas diferentes (contínuas ou não), mas pertencentes a uma mesma sequência (por exemplo, nas perseguições) (Nogueira, 2010).

O corte pode igualmente ligar dois planos que não pertencem ao universo de uma mesma história, pelo que neste caso o

denominaremos de extradiegético. O corte extradiegético acontece, pois, quando um plano estranho aos acontecimentos é colocado como forma de alusão, comentário, metáfora, entre outras. (Nogueira, 2010).

O corte é discursiva e tecnicamente a operação fundamental da montagem, e é a seu respeito que se colocam algumas das questões fulcrais acerca da mesma, quer de um ponto de vista teórico, quer de um ponto de vista prático (Eisenstein, 1993).

Fade - O *fade* sublinha o princípio ou o fim de uma cena ou sequência. O *fade-out* é a forma mais simples das transições que consiste na diminuição da luz até o ecrã ficar negro, dando a sensação de fechamento de uma sequência, marcando o passar do tempo ou o encerramento de uma parte da história, é uma espécie de fim de capítulo. O *fade-in* é o processo oposto, em que a luz aumenta progressivamente até a imagem adquirir toda a nitidez (Thompson, 2002).

Dissolve - O dissolve usualmente enlaça partes da acção através da substituição de um plano por outro, é gradual de modo a dar a sensação de correlação entre um e outro momento. Significa, portanto, uma passagem no tempo dentro de uma mesma sequência de acontecimentos. Podemos dizer que corresponde a uma elipse no interior de uma mesma unidade de acção. O dissolve é a combinação de um *fade-out* e de um *fade-in* sobrepostos (Thompson, 2002).

Jump-cut - O *jump-cut* é uma mudança abrupta entre planos, com cortes nitidamente visíveis. A concepção convencional da montagem de continuidade advoga que ele deve ser evitado, uma vez que ele se revela perturbador para a percepção do espectador (Eisenstein, 1993).

No entanto, quando utilizado deliberadamente, o *jump-cut* pode assegurar dois propósitos fundamentais, um de ordem narrativa e outro de ordem dramática. Narrativamente, o *jump-cut* permite eliminar partes irrelevantes de um acontecimento sem a perda de sentido do relato e com a desenvoltura rítmica acrescida do mesmo. Dramaticamente, o *jump-cut* permite apresentar apenas os momentos determinantes de um acontecimento ou estado de uma personagem, sublinhando a transformação progressiva do seu significado emocional (Eisenstein, 1993).

No que respeita à sua forma, o *jump-cut* pode assumir duas origens distintas, uma de natureza temporal e outra de natureza espacial. Assim sendo, espacialmente, o *jump-cut* resulta numa mudança de planos de configuração semelhante, mas feitos em cenários distintos (Nogueira, 2010)

Temporalmente, o *jump-cut* resulta numa supressão de períodos de uma acção, mas em que os planos são feitos num mesmo local e de um mesmo eixo visual (Nogueira, 2010)

Importa ainda referir que tanto as supressões de períodos temporais como as mudanças de escala que podem ocorrer no *jump-cut* obedecem usualmente a uma lógica, a mudança significativa no decurso dos acontecimentos ou na caracterização das personagens. Importa salientar igualmente que o *jump-cut* pode ser utilizado também com fins marcadamente estilísticos, sublinhando sobretudo a sua dimensão rítmica, como acontece em certas situações narrativas, mas de forma muito mais clara nos *videoclips* e nos filmes experimentais (Thompson, 2002).

Íris - A íris permite, quer o controlo da atenção do espectador, funcionando como uma espécie de plano de detalhe, *zoom* ou *travelling*, quer a marcação da abertura ou do final de uma cena ou sequência, funcionando como uma espécie de *fade* (Eisenstein, 1993).

O efeito da íris foi um procedimento muito utilizado no cinema mudo, tendo progressivamente caído em desuso. Actualmente é, por vezes, utilizado no *videoclip* ou em filmes que adoptam ou parodiam a estilística desses modelos clássicos (Eisenstein, 1993).

Podemos usar igualmente a (des)focagem como dispositivo de montagem. O fim do plano torna-se progressivamente desfocado. O plano seguinte começa com a imagem desfocada até se tornar completamente nítida, o seu resultado é, de algum modo, semelhante ao dissolve ou ao *fade*. Pode ser usado no fim de uma cena ou de uma sequência, ou como plano subjectivo, para dar a ideia de perda ou de recuperação de consciência, antes e depois de uma cirurgia, por exemplo (Nogueira, 2010).

Morphing - O *morphing* é um dos dispositivos que se deve às novas tecnologias. Neste caso, através da manipulação digital, um elemento transforma-se repentina ou progressivamente num outro sem corte aparente. Este dispositivo sofreu um grande desenvolvimento com os avanços na área da computação gráfica e é recorrentemente utilizado para ligar cenas ou sequências de uma forma estilisticamente dinâmica (Nogueira, 2010).

Pela sofisticação estilística que exhibe, pode assinalar um notável virtuosismo, mas, simultaneamente e pelo mesmo motivo, não deixa de chamar a atenção para si próprio, contrariando em parte a premissa da invisibilidade da

montagem narrativa (Nogueira, 2010).

Freeze-frame - Quanto ao *freeze frame*, este atribuí uma sensação de fatalidade, de momento crítico, de fim da acção, de disparo fotográfico e pode ser combinado com legendas. Significa uma pausa na acção, onde o tempo para e os acontecimentos também e porque denota uma nítida mudança na percepção dos acontecimentos é usado frequentemente no final de um filme, de uma sequência ou de um plano (Thompson, 2002).

Flash - Visualmente muito semelhante ao disparo fotográfico, o *flash* permite dois efeitos fundamentais, por um lado, permite disfarçar a existência de um corte, evitando, por exemplo, o salto na imagem entre dois planos semelhantes, por outro lado, permite criar uma nítida mudança entre planos de assuntos diferentes, desse modo conduzindo a atenção do espectador de forma extremamente dinâmica (Thompson, 2002).

Slip-Screen - Com o *split screen*, o ecrã é dividido em duas ou mais imagens simultâneas, que apresentam acções cronológica, espacial ou tematicamente correlacionadas ou não, e que, no modo tradicional, seriam mostradas sucessivamente. No final da sequência, o ecrã volta normalmente a ser ocupado por uma única imagem (Nogueira, 2010).

Som - O som também é um elemento fundamental como dispositivo de montagem. No entanto, uma vez que o corte é identificado através da separação e da junção de imagens que proporciona, os elementos sonoros tendem a ser muitas vezes menosprezados. Porém, eles podem ser fundamentais para esconder ou sublinhar o significado da transição entre planos, em função da percepção da narrativa e em função da intensidade dramática. Distinguimos quatro factores que para tal podem contribuir, tais como, os diálogos, os efeitos

sonoros, o som diegético e a música (Nogueira, 2010).

APÊNDICES

LISTA DE APÊNDICES

- Apêndice A** - Entrevista exploratória ao realizador documental e visualista Tiago Pereira
- Apêndice B** - Entrevista exploratória à Dra. Raquel Castro
- Apêndice C** - Entrevista exploratória ao realizador documental Bruno de Almeida
- Apêndice D** - Questionário das entrevistas exploratórias do documentário REviravolta
- Apêndice E** - Dados de Audiências da GFK Portugal
- Apêndice F** - DVD – documentário em vídeo REviravolta – produzido e realizado por Marco Pereira²

² Produto da parte prática da presente dissertação (colado na contracapa)

APÊNDICE A

Entrevista exploratória ao realizador documental e visualista Tiago Pereira

Questão 1. Quais as principais dificuldades (orçamento, etc.) e preocupações (direitos de imagem, etc.) de um trabalho como o seu?

Resposta:

A linguagem audiovisual tem avanços todos os dias, mais que ser um realizador considero-me um visualista, um artista digital que explora ao máximo os potenciais do meio audiovisual para contar histórias ou mostrar ambientes. A minha maior preocupação é não fazer filmes preguiçosos, não há nada pior do que arte preguiçosa, de se ver numa obra que o seu autor não deu tudo o que podia, depois por outro lado há sempre os contextos envolvidos o comprometimento do autor, a sua política, aquilo em que acredita, os seus valores enquanto autor, pessoalmente não acredito em arte descomprometida ou em posições apolíticas, tudo o que fazes tem necessariamente de ter um papel no universo.

Questão 2. O que lhe influi na escolha dos temas?

Resposta:

A urgência de documentar, é urgente documentar e lutar contra o tempo, normalmente em temas como aqueles que escolho, práticas musicais de tradição oral, a memória está sempre a perder-se. A forma como trabalho, a partir de uma lógica arquivista permite estar sempre a trabalhar e poder fazer vários produtos com o mesmo material, mas contextualizando esses objectos não é fácil que eles encontrem uma visibilidade certa, há demasiados preconceitos e é preciso criar linguagens que atinjam novos públicos, que de facto cheguem às pessoas dizendo-lhes algo e é isso que me move, criar esse objectos híbridos que tanto dão para um lado como para outro.

Questão 3. Como procede e quais os passos envolvidos na sua investigação?

Resposta:

Há muito das ciências sociais e humanas no meu trabalho, idealmente todo este trabalho devia ser feito na companhia ou em coordenação com um antropólogo ou um etnomusicólogo, infelizmente isso não acontece sempre, portanto existem outras formas de pesquisa, como os informadores locais e os entusiastas musicais que conhecem as regiões e ajudam.

Questão 4. Que papel atribui à montagem?

Resposta:

Todo, nunca utilizei storyboard ou argumento, os meus filmes querem essencialmente que a forma seja o conteúdo, que o que queremos dizer seja plasticamente demonstrado, parto com um conceito e depois filmo baseado nesse conceito e no fim vejo na montagem como aplico o conceito, normalmente este é muito complexo porque os meus filmes são essencialmente sobre música, o que faz com que eu monte primeiro a banda sonora em estúdio onde posso controlar muito melhor o som, basta entender que um programa de montagem normal funciona a 25 frames por segundo e no estúdio posso ir às milionésimas de segundo, o meu trabalho é muito baseado nisso, em construir a narrativa sonoramente e depois sincronizar as imagens, isto é possível controlando muito bem o conceito do filme e balizando-o, sabendo bem para onde não quero ir. Mas é a montagem que define tudo, a imagem e o som são tirânicos, a imagem monta-se a ela própria muitas vezes as ideias não resultam e só na montagem se percebe isso.

Questão 5. Diz-se que para se fazer um bom documentário é necessário garantir uma “aceitação das pessoas” para que as imagens sejam captadas da maneira mais natural possível. A permanência nos locais de rodagem e o convívio com os intervenientes das peças são fundamentais para a realização de documentários? Como é que normalmente procede à abordagem?

Resposta:

O real tem de ser necessariamente fabricado, logo a própria orgânica das filmagens é muitas vezes mudada. No meu caso penso que o principal é tratar as pessoas da forma mais natural possível, muito do meu trabalho é baseado em arquivos e amostras o que faz com que muita coisa seja trabalhada para isso, é a permanência do meu trabalho enquanto inconsciente colectivo que resulta mais, as pessoas conhecem as minhas recolhas e a partir daí o contacto resolve-se, não acho necessário o estar com as pessoas, é mais o ir muitas vezes ter com elas que resulta e da mesma forma.

Questão 6. A organização de um guião para documentários não tem, geralmente, uma estrutura fixa devido ao facto de se lidar com questões reais e imprevisíveis. Como é que organiza o seu guião para trabalhar em campo?

Resposta:

Nunca utilizei um guião, sempre trabalhei com conceito e dentro desse conceito organizo o trabalho, dessa forma sempre fui montando os filmes à medida que os ia filmando e isso obviamente que me faz mudar coisas e conduzir o real, nunca acreditei que o real existisse sem manipulação.

Questão 7. Qual o contributo que uma reportagem ou um documentário trazem para a sociedade?

Resposta:

Sem resposta.

Questão 8. Quais os cuidados a ter em conta para que um documentário possa ser um produto multimédia?

Resposta:

Um autor deve ter sempre uma posição política, uma forma de estar com o seu trabalho evidente e coerente.

APÊNDICE B

Entrevista exploratória à Dra. Raquel Castro

Questão 1. Quais as principais dificuldades (orçamento, etc.) e preocupações (direitos de imagem, etc.) de um trabalho como o seu?

Resposta:

Não trabalho com nenhuma produtora, o que significa que os meus projectos pessoais (os que não me foram encomendados, digamos assim) são financiados por mim e desenvolvidos à medida da minha disponibilidade.

Quando apresentei o meu filme Soundwalkers no festival Subtropics em Miami, a minha viagem foi apoiada pelo Instituto Camões. Antes disso, a Fundação Gulbenkian apoiou a minha ida a Copenhaga para participar numa conferência, onde aproveitei para gravar várias entrevistas e fazer diversos contactos fundamentais para o meu projecto. Por isso, há várias entidades que podem apoiar pontualmente aqui e ali, agora um projecto para o ICA implica uma estrutura diferente assente na figura do produtor, e no meu caso não tenho tido, até à data, grande vontade de trabalhar assim.

Questão 2. O que lhe influi na escolha dos temas?

Resposta:

Um realizador tem normalmente uma curiosidade latente e uma atenção de “documentarista” para com o mundo que o rodeia. Significa por isso que alguns temas surgem naturalmente. Por exemplo, uma vez fiz um filme chamado Leve Leve non Caba Ué sobre a ocupação do Ilhéu das Rolas pelo grupo Pestana, um filme que surgiu numa semana de férias que estava a passar no local e que não foi minimamente preparado ou sequer previsto. Foi apenas o aproveitar do equipamento que tinha comigo – uma sony dv cam + uma super8 + 1 gravador áudio marantz e um microfone perante o testemunho dos habitantes do ilhéu.

Mas no meu caso, o meu tema de eleição é, como sabes, o Som, uma investigação que tenho vindo a fazer a nível académico – no mestrado e agora no doutoramento – e que acompanhei sempre de recolhas áudio para uma construção artística sobre um tema que me interessa a vários níveis.

Questão 3. Como procede e quais os passos envolvidos na sua investigação?

Resposta:

Em relação ao projecto Soundwalkers, comecei por ler muito, depois contactei pessoas em vários locais do mundo que fui entrevistando à medida das minhas possibilidades. Nunca deixei de gravar uma única entrevista, mesmo no início em que o equipamento de que dispunha não era o ideal e que ainda não tinha uma ideia completamente definida do que iria fazer com esse material. Comecei por construir uma narrativa com essas entrevistas. O material, que era muito e muito disperso, foi ligado através de uma estrutura básica que eu tinha previamente definido e que fazia sentido tendo em conta todas as minhas leituras e pesquisas sobre o tema. Depois, fui acrescentando outros contributos até chegar à obra final

Questão 4. Que papel atribui à montagem?

Resposta:

Atribuo um papel essencial à montagem, na medida em que considero que a montagem, para além do valor criativo que pode ter, é também o momento em que muitas vezes se constrói de facto a narrativa, principalmente em documentário.

Questão 5. Diz-se que para se fazer um boa reportagem/documentário é necessário garantir uma “aceitação das pessoas” para que as imagens sejam captadas da maneira mais natural possível. A permanência nos locais de rodagem e o convívio com os intervenientes das peças são fundamentais para a realização das reportagens/documentário? Como é que normalmente procede à abordagem?

Resposta:

Se for possível, procuro abordar primeiro via email, de forma a poder enviar links para os meus trabalhos e assim me apresentar. É sempre bom as pessoas perceberem que estão a falar com alguém que tem um trabalho sério e que não as irá desrespeitar. No local, é fundamental uma atitude de disponibilidade e de tempo, de curiosidade e vontade de ouvir. Um documentarista tem de saber ouvir os outros.

Questão 6. A organização de um guião para documentários não tem, geralmente, uma estrutura fixa devido ao facto de se lidar com questões reais e imprevisíveis. Como é que organiza o seu guião para trabalhar em campo?

Resposta:

Deixo muito em aberto as coisas à partida. Tenho definido para mim o que pretendo daqueles takes, mas normalmente só construo um guião para a montagem, depois de conhecer bem o material que recolhi. Gosto muito e procuro aproveitar bem essas tais questões reais e imprevisíveis.

Questão 7. Qual o contributo que uma reportagem ou um documentário trazem para a sociedade?

Resposta:

Em primeiro lugar, é fundamental estabelecer uma diferença importante entre reportagem e documentário. A reportagem deve ser factual, isenta, informativa. O documentário não precisa de ser nada disso. O documentário é uma construção sobre o real, um olhar sobre o real. É muito mais livre do que a reportagem nesse sentido. Em planos diferentes, são ambos importantes, na medida em que contribuem para o enriquecimento cultural das pessoas.

Questão 8. Quais os cuidados a ter em conta para que um documentário possa ser um produto multimédia?

Resposta:

Ter cuidado na captação, sobretudo, para que o resultado final tenha qualidade suficiente para ser distribuído em qualquer formato.

APÊNDICE C

Entrevista exploratória ao realizador documental Bruno de Almeida

Questão 1. Quais as principais dificuldades (orçamento, etc.) e preocupações (direitos de imagem, etc.) de um trabalho como o seu?

Resposta:

As principais dificuldades são antes de mais encontrar financiamentos para os filmes. A partir daí colocam-se questões logísticas e práticas que têm a ver com a produção. E depois na fase da montagem trata-se sobretudo de ter tempo suficiente para “pensar o filme”. Quando se utilizam imagens de arquivo pode ser um processo muito demorado e muito custoso.

Questão 2. O que lhe influi na escolha dos temas?

Resposta:

Os nossos interesses e gostos pessoais e sempre alguma coincidência que os traz a nós.

Questão 3. Como procede e quais os passos envolvidos na sua investigação?

Resposta:

Depende do projecto, mas faço sempre muita investigação. O primeiro passo é sempre descobrir todo o material que existe sobre o assunto, ou a pessoa que se retrata. A pesquisa nos meus filmes durou sempre muito mais tempo do que a própria execução dos filmes. As recolhas de arquivos podem demorar anos e é preciso ser-se muito paciente e tenaz. As descobertas de material de arquivo informam tudo o que se faz e dão-nos novas leituras sobre as imagens.

Questão 4. Que papel atribui à montagem?

Resposta:

A montagem tem o papel mais importante em qualquer filme, seja documental ou ficção. É aí que o filme se desenvolve e cria uma voz própria. É na montagem que a personalidade do filme é formada de acordo com a sensibilidade do cineasta. É na construção do jogo entre o que entra e o que não entra, e na construção de elipses de montagem que se chega a uma verdade que é a do próprio filme. Como se a dada altura o filme começa a falar por si próprio.

Questão 5. Diz-se que para fazer um bom documentário é necessário garantir uma “aceitação das pessoas” para que as imagens sejam captadas da maneira mais natural possível. A permanência nos locais de rodagem e o convívio com os intervenientes das peças são fundamentais para a realização de documentários? Como é que normalmente procede à abordagem?

Resposta:

Tento passar o máximo de tempo com as pessoas fora de tempo de trabalho. Conhecer-las o melhor possível, integrar-me no seu tecido familiar. Respirar o que elas respiram e ser honesto, sempre muito honesto com elas. A confiança mútua é fundamental e a base de uma colaboração furtiva.

Questão 6. A organização do guião para documentários, geralmente, não tem uma estrutura fixa, devido ao facto de se lidar com questões reais e imprevisíveis. Como é que organiza o seu guião para trabalhar em campo?

Resposta:

Depende, tem sido sempre diferente. Já trabalhei com um guião detalhado ou completamente sem guião. O ideal é ter um mapa e deixar-se estar aberto ao que acontece. Acho que se conhece bem o tema que se retrata o mais importante é estar no momento e criar “diálogos” com o que se passa á sua volta.

Questão 7. Qual o contributo que um documentário traz para a sociedade?

Resposta:

O documentário é fundamental para o conhecimento e para a evolução da sociedade. É um campo de aprofundamento da história e da humanidade. Os documentários são, cada vez mais, testemunhos vivos que definem os tempos em que vivemos.

Questão 8. Quais os cuidados a ter em conta para que um documentário possa ser um produto multimédia?

Resposta:

Procurar a verdade, sempre.

APÊNDICE D

Entrevistas Exploratórias do Documentário REviravolta

SR. CARLOS – INDIVÍDUO SEM-ABRIGO

- Sentiu-se excluído perante a sociedade?
- E isso afastou-o da sociedade?
- Sente culpa perante a sua situação actual e, mesmo que arrependido, julga ser possível remediar a sua posição?

DOUTOR CARLOS SILVA – PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO DE PSICÓLOGOS PORTUGUESES

- Que mecanismos existem na sociedade para reintegrar pessoas que se encontram no limiar da pobreza?
- Será remota a possibilidade de reintegrar alguém socialmente marginalizado? Não seria mais fácil precaver essa condição?
- Quais os caminhos a adoptar para assegurar ou prevenir situações de pobreza extrema?
- Até que ponto uma educação precária pode ser prejudicial para o crescimento de uma pessoa?
- Que respostas existem perante a exclusão social ou o desinteresse pela participação activa em sociedade por parte de inúmeros cidadãos?
- Que medidas foram tomadas para precaver estes factores ou que medidas podem ser tomadas?

MESTRE CARLOS CÉU E SILVA – PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO OLHAR

Que situações são, na maioria dos casos, responsáveis pela marginalização de algumas pessoas que se excluem, quer seja por parte da sociedade, quer seja por parte dos próprios?

Que ajudas psicológicas podem ser oferecidas em prol da reintegração de pessoas em situações de pobreza extrema?

Que poder tem a indecisão na escolha ou nas opções de vida das pessoas?

Que análise faz sobre a sociedade face aos determinismos sociais de quem nasce pobre e morre pobre? (análise da atitude social face à marginalização, possíveis explicações face à exclusão social, entre outros)

SR. NUNO JARDIM – PRESIDENTE DO C.A.S.A. (CENTRO DE APOIO AO SEM ABRIGO)

SRA. GRAÇA MATEUS – COLABORADORA DO C.A.S.A. (CENTRO DE APOIO AO SEM-ABRIGO)

Qual o motivo principal que leva a que as pessoas se juntem e contribuam, sem ajudas financeiras e autonomamente, em prol deste ideal solidário?

Quais as tarefas desempenhadas pela Associação? (falar aqui um pouco do processo na cozinha, das voltas, voluntários, entre outras questões)

Qual o “ideal”, esperança ou sonhos da associação? (ambições para projectos de serviço social, futuras propostas, “pedidos” de contribuição, alternativas)

Qual o sentimento que fica? Quais as lições que se retira desta partilha?

Será remota a possibilidade de reintegração de alguém socialmente marginalizado ou será mais fácil e real precaver essa condição?

DOUTOR JORGE VALADARES – FÍSICO E PROFESSOR NA UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

DRA. LURDES COSTA – EDUCADORA INFANTIL

DRA. CATARINA FERREIRA – PROFESSORA

Até que ponto uma educação precária pode ser prejudicial para o crescimento de uma pessoa?

Que aspectos na educação deveriam ser melhorados a fim de combater o abandono escolar?

De que modo as actividades lúdicas contribuem para a inserção social ou garantem ao cidadão uma nova consciência em relação a obrigações e responsabilidades?

Terá a escola que promover a confiança dos seus alunos, para que estes se introduzam autonomamente em sociedade?

APÊNDICE E

Dados de audiências GFK Portugal

Tabela 10 - Dados de documentários / Rat(#)

Report: LLC - Documentários.rep

Subreport: Documentários

Time: 02:30:00 - 02:30:00

Target: AudiPanel

Usage: Live

Facts: Rat (#)

| | Canais Cabo | Documentários | Discovery | National Geographic | Nat Geo Wild | Discovery HD Showcase | Odisseia | Historia | bio. | myZen.tv Coaching HD | Discovery Turbo |
|-------------|-------------|---------------|-----------|---------------------|--------------|-----------------------|----------|----------|---------|----------------------|-----------------|
| 2012 | ↓ 478.825 | ↓ 27.024 | ↓ 9.014 | → 6.535 | ↓ 1.367 | → 256 | ↓ 4.353 | ↓ 4.330 | ↓ 1.144 | → 14 | ↓ 11 |
| Junho | ↓ 466.238 | ↓ 25.673 | ↓ 9.870 | ↓ 5.234 | ↓ 946 | → 231 | ↓ 4.641 | ↓ 3.693 | ↓ 948 | ↑ 31 | ↑ 78 |
| Julho | ↓ 472.308 | ↓ 25.418 | ↓ 8.557 | ↓ 5.960 | ↓ 1.201 | → 255 | ↓ 4.297 | ↓ 4.107 | ↓ 1.008 | ↑ 35 | ↓ 0 |
| Agosto | ↓ 486.869 | ↓ 28.086 | ↓ 8.647 | ↓ 6.637 | ↓ 1.666 | → 267 | ↓ 5.161 | ↓ 4.149 | ↓ 1.553 | ↓ 7 | ↓ 0 |
| Setembro | ↓ 485.233 | ↓ 27.523 | ↓ 8.993 | ↓ 6.862 | ↓ 1.550 | → 221 | ↓ 4.405 | ↓ 4.378 | ↓ 1.113 | ↓ 1 | ↓ 0 |
| Outubro | ↓ 464.969 | ↓ 25.946 | ↓ 7.605 | ↓ 7.158 | ↓ 1.493 | → 239 | ↓ 4.003 | ↓ 4.278 | ↓ 1.166 | ↓ 3 | ↓ 0 |
| Novembro | ↓ 487.664 | ↓ 27.775 | ↓ 8.845 | ↓ 7.256 | ↓ 1.294 | ↑ 351 | ↓ 4.163 | ↓ 4.800 | ↓ 1.059 | ↓ 6 | ↓ 0 |
| Dezembro | ↓ 488.580 | ↓ 28.742 | → 10.600 | ↓ 6.632 | ↓ 1.409 | → 229 | ↓ 3.806 | ↓ 4.904 | ↓ 1.150 | ↓ 12 | ↓ 0 |
| 2013 | ↑ 558.402 | ↑ 38.451 | → 12.538 | ↑ 7.844 | ↓ 2.120 | → 187 | → 7.120 | → 5.650 | ↑ 2.984 | ↓ 8 | ↓ 0 |
| Janeiro | ↓ 468.487 | ↓ 30.116 | → 10.876 | ↓ 7.210 | → 1.659 | ↓ 159 | ↓ 4.166 | ↓ 4.323 | ↓ 1.708 | → 14 | ↓ 0 |
| Fevereiro | ↓ 458.486 | → 33.139 | ↑ 11.900 | ↑ 8.328 | → 1.744 | → 220 | ↓ 4.498 | ↓ 4.359 | → 2.082 | ↓ 8 | ↓ 0 |
| Março | ↑ 566.867 | ↑ 39.335 | ↑ 13.222 | ↑ 8.809 | → 2.121 | ↓ 193 | ↑ 6.044 | ↑ 6.162 | → 2.780 | ↓ 6 | ↓ 0 |
| Abril | ↑ 576.006 | → 37.606 | ↑ 12.211 | ↑ 8.470 | ↓ 1.931 | ↓ 149 | ↑ 6.209 | ↑ 5.499 | ↑ 3.127 | ↓ 11 | ↓ 0 |
| Maio | ↑ 561.588 | ↑ 40.642 | ↑ 13.152 | ↑ 7.918 | ↓ 2.720 | → 146 | ↑ 6.825 | ↑ 6.701 | ↑ 3.172 | ↓ 8 | ↓ 0 |
| Junho | ↑ 569.118 | ↑ 42.622 | ↑ 15.375 | ↑ 7.630 | ↓ 2.311 | ↓ 185 | ↑ 7.707 | ↑ 5.670 | ↑ 3.732 | ↓ 12 | ↓ 0 |
| Julho | ↑ 587.617 | → 38.310 | → 12.018 | → 7.379 | ↓ 1.990 | → 232 | ↑ 7.589 | ↑ 5.700 | ↑ 3.398 | ↓ 4 | ↓ 0 |
| Agosto | ↑ 602.696 | → 39.627 | → 12.668 | → 7.657 | ↑ 2.241 | → 252 | ↑ 7.495 | ↑ 5.928 | ↑ 3.381 | ↓ 6 | ↓ 0 |
| Setembro | ↑ 583.074 | → 40.956 | ↑ 12.067 | ↑ 8.237 | → 2.008 | ↓ 124 | ↑ 9.418 | ↑ 5.681 | ↑ 3.418 | ↓ 3 | ↓ 0 |
| Outubro | ↑ 559.858 | ↑ 39.408 | ↑ 12.023 | ↑ 7.799 | ↓ 2.090 | ↑ 231 | ↑ 9.024 | ↑ 5.625 | ↑ 2.608 | ↓ 7 | ↓ 0 |
| Novembro | ↑ 578.361 | ↑ 39.580 | ↑ 13.297 | ↑ 6.847 | ↓ 2.255 | ↑ 143 | ↑ 8.359 | ↑ 5.692 | ↑ 2.980 | ↓ 9 | ↓ 0 |
| Dezembro | ↑ 581.346 | ↑ 39.781 | → 11.674 | ↑ 7.882 | → 2.340 | ↑ 206 | ↑ 7.951 | ↑ 6.339 | ↑ 3.379 | ↓ 9 | ↓ 0 |
| 2014 | ↑ 592.965 | ↑ 41.328 | ↑ 13.015 | ↑ 7.689 | ↑ 2.802 | → 274 | ↑ 8.287 | ↑ 5.982 | ↑ 3.270 | ↓ 10 | ↓ 0 |
| Janeiro | ↑ 599.392 | ↑ 44.434 | ↑ 14.149 | ↑ 8.872 | ↑ 2.821 | ↑ 286 | ↑ 8.650 | ↑ 6.389 | ↑ 3.255 | ↓ 12 | ↓ 0 |
| Fevereiro | ↑ 585.850 | → 37.889 | ↓ 11.761 | ↑ 6.379 | ↑ 2.781 | ↑ 259 | ↑ 7.884 | ↑ 5.532 | ↑ 3.286 | ↓ 8 | ↓ 0 |
| Março | ↑ 583.970 | → 38.730 | → 12.628 | ↑ 7.288 | ↑ 2.533 | → 252 | ↑ 7.033 | ↑ 6.088 | ↑ 2.880 | ↑ 28 | ↓ 0 |

Source: Evogenius Reporting - GfK 01-06-2012-31-03-2014; by Person; Usage; Time-shifted viewing: product-based (standard); Realtime; Standard

Fonte: GfK Portugal

Tabela 11 - Dados de documentários / (Rat %)

Facts: Rat (%)

| | Canais Cabo | Documentários | Discovery | National Geographic | Nat Geo Wild | Discovery HD Showcase | Odisseia | Historia | bio. | myZen.tv Coaching HD | Discovery Turbo |
|-------------|-------------|---------------|-----------|---------------------|--------------|-----------------------|----------|----------|---------|----------------------|-----------------|
| 2012 | ↓ 5,06% | ↓ 0,29% | ↓ 0,10% | → 0,07% | ↓ 0,01% | → 0,00% | ↓ 0,05% | ↓ 0,05% | ↓ 0,01% | → 0,00% | ↓ 0,00% |
| Junho | ↓ 4,93% | ↓ 0,27% | ↓ 0,10% | ↓ 0,06% | ↓ 0,01% | → 0,00% | ↓ 0,05% | ↓ 0,04% | ↓ 0,01% | ↑ 0,00% | ↑ 0,00% |
| Julho | ↓ 4,99% | ↓ 0,27% | ↓ 0,09% | ↓ 0,06% | ↓ 0,01% | → 0,00% | ↓ 0,05% | ↓ 0,04% | ↓ 0,01% | ↑ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Agosto | ↓ 5,15% | ↓ 0,30% | ↓ 0,09% | → 0,07% | → 0,02% | → 0,00% | ↓ 0,05% | ↓ 0,04% | ↓ 0,02% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Setembro | ↓ 5,13% | ↓ 0,29% | ↓ 0,10% | → 0,07% | → 0,02% | → 0,00% | ↓ 0,05% | ↓ 0,05% | ↓ 0,01% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Outubro | ↓ 4,92% | ↓ 0,27% | ↓ 0,08% | → 0,08% | ↓ 0,02% | → 0,00% | ↓ 0,04% | ↓ 0,05% | ↓ 0,01% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Novembro | ↓ 5,16% | ↓ 0,29% | ↓ 0,09% | → 0,08% | ↓ 0,01% | ↑ 0,00% | ↓ 0,04% | → 0,05% | ↓ 0,01% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Dezembro | ↓ 5,17% | ↓ 0,30% | → 0,11% | → 0,07% | ↓ 0,01% | → 0,00% | ↓ 0,04% | → 0,05% | ↓ 0,01% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| 2013 | ↑ 5,79% | ↑ 0,40% | → 0,13% | ↑ 0,08% | → 0,02% | ↓ 0,00% | → 0,07% | → 0,06% | ↑ 0,03% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Janeiro | ↓ 4,95% | ↓ 0,32% | → 0,11% | → 0,08% | → 0,02% | ↓ 0,00% | ↓ 0,04% | ↓ 0,05% | ↓ 0,02% | → 0,00% | ↓ 0,00% |
| Fevereiro | ↓ 4,85% | → 0,35% | → 0,13% | ↑ 0,09% | → 0,02% | → 0,00% | ↓ 0,05% | ↓ 0,05% | → 0,02% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Março | ↑ 5,90% | ↑ 0,41% | ↑ 0,14% | ↑ 0,09% | → 0,02% | ↓ 0,00% | → 0,06% | ↑ 0,06% | → 0,03% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Abril | ↑ 5,95% | → 0,39% | → 0,13% | ↑ 0,09% | → 0,02% | ↓ 0,00% | → 0,06% | → 0,06% | ↑ 0,03% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Maiο | ↑ 5,80% | ↑ 0,42% | ↑ 0,14% | ↑ 0,08% | ↑ 0,03% | ↓ 0,00% | → 0,07% | ↑ 0,07% | ↑ 0,03% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Junho | ↑ 5,88% | ↑ 0,44% | ↑ 0,16% | → 0,08% | ↑ 0,02% | ↓ 0,00% | ↑ 0,08% | → 0,06% | ↑ 0,04% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Julho | ↑ 6,07% | → 0,40% | → 0,12% | → 0,08% | → 0,02% | → 0,00% | → 0,08% | → 0,06% | ↑ 0,04% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Agosto | ↑ 6,22% | ↑ 0,41% | → 0,13% | → 0,08% | ↑ 0,02% | → 0,00% | → 0,08% | ↑ 0,06% | ↑ 0,03% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Setembro | ↑ 6,02% | ↑ 0,42% | → 0,12% | ↑ 0,09% | → 0,02% | ↓ 0,00% | ↑ 0,10% | → 0,06% | ↑ 0,04% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Outubro | ↑ 5,78% | ↑ 0,41% | → 0,12% | ↑ 0,08% | → 0,02% | → 0,00% | ↑ 0,09% | → 0,06% | → 0,03% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Novembro | ↑ 5,97% | ↑ 0,41% | ↑ 0,14% | → 0,07% | ↑ 0,02% | ↓ 0,00% | ↑ 0,09% | → 0,06% | ↑ 0,03% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Dezembro | ↑ 6,00% | ↑ 0,41% | → 0,12% | ↑ 0,08% | ↑ 0,02% | → 0,00% | ↑ 0,08% | ↑ 0,07% | ↑ 0,03% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| 2014 | ↑ 6,12% | ↑ 0,43% | ↑ 0,13% | → 0,08% | ↑ 0,03% | → 0,00% | ↑ 0,09% | ↑ 0,06% | ↑ 0,03% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Janeiro | ↑ 6,19% | ↑ 0,46% | ↑ 0,15% | ↑ 0,09% | ↑ 0,03% | ↑ 0,00% | ↑ 0,09% | ↑ 0,07% | ↑ 0,03% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Fevereiro | ↑ 6,05% | → 0,39% | → 0,12% | ↓ 0,07% | ↑ 0,03% | → 0,00% | ↑ 0,08% | → 0,06% | ↑ 0,03% | ↓ 0,00% | ↓ 0,00% |
| Março | ↑ 6,03% | ↑ 0,40% | → 0,13% | → 0,08% | ↑ 0,03% | → 0,00% | → 0,07% | ↑ 0,06% | ↑ 0,03% | ↑ 0,00% | ↓ 0,00% |

Fonte: Gfk Portugal

Tabela 12 - Dados de documentários (Rch (#))

Facts: Rch (#)

| | Canais Cabo | Documentários | Discovery | National Geographic | Nat Geo Wild | Discovery HD Showcase | Odisseia | Historia | bio. | myZen.tv Coaching HD | Discovery Turbo |
|-------------|-------------|---------------|-----------|---------------------|--------------|-----------------------|-----------|-----------|-----------|----------------------|-----------------|
| 2012 | ↓ 4.429.458 | ↓ 879.047 | ↓ 409.461 | ↓ 342.592 | ↓ 76.185 | ↔ 18.726 | ↓ 301.517 | ↓ 242.616 | ↓ 120.479 | ↓ 2.475 | ↓ 1.770 |
| Junho | ↓ 4.380.111 | ↓ 842.251 | ↓ 387.364 | ↓ 280.045 | ↓ 63.856 | ↔ 18.594 | ↓ 309.724 | ↓ 198.064 | ↓ 104.453 | ↓ 1.518 | ↑ 12.623 |
| Julho | ↓ 4.284.725 | ↓ 832.761 | ↓ 384.580 | ↓ 305.177 | ↓ 70.088 | ↓ 13.737 | ↓ 294.500 | ↓ 227.367 | ↓ 99.526 | ↓ 2.176 | ↓ 0 |
| Agosto | ↓ 4.279.319 | ↓ 872.461 | ↓ 385.169 | ↓ 322.267 | ↓ 79.420 | ↓ 15.078 | ↓ 305.784 | ↓ 233.824 | ↓ 120.109 | ↓ 808 | ↓ 0 |
| Setembro | ↓ 4.409.627 | ↓ 848.537 | ↓ 380.763 | ↓ 339.007 | ↓ 74.778 | ↓ 15.827 | ↓ 283.302 | ↓ 237.526 | ↓ 109.188 | ↓ 431 | ↓ 0 |
| Outubro | ↓ 4.412.868 | ↓ 826.084 | ↓ 378.100 | ↔ 343.191 | ↓ 73.429 | ↓ 15.625 | ↓ 252.324 | ↓ 218.739 | ↓ 99.005 | ↓ 649 | ↓ 0 |
| Novembro | ↓ 4.597.932 | ↓ 951.586 | ↔ 484.031 | ↔ 407.044 | ↓ 84.519 | ↑ 24.258 | ↓ 330.392 | ↔ 274.430 | ↔ 150.271 | ↑ 6.438 | ↓ 0 |
| Dezembro | ↓ 4.644.831 | ↔ 979.819 | ↔ 466.985 | ↔ 401.357 | ↓ 87.029 | ↑ 28.047 | ↓ 335.206 | ↔ 307.790 | ↔ 160.882 | ↑ 5.338 | ↓ 0 |
| 2013 | ↑ 5.233.393 | ↑ 1.137.274 | ↑ 515.112 | ↑ 429.547 | ↔ 125.680 | ↓ 17.466 | ↑ 474.884 | ↑ 357.370 | ↑ 222.784 | ↔ 4.451 | ↓ 0 |
| Janeiro | ↓ 4.554.942 | ↓ 908.187 | ↓ 437.211 | ↔ 367.199 | ↓ 97.175 | ↓ 14.966 | ↓ 327.798 | ↓ 263.955 | ↔ 156.798 | ↔ 3.755 | ↓ 0 |
| Fevereiro | ↓ 4.450.371 | ↓ 931.871 | ↔ 462.664 | ↔ 390.385 | ↓ 91.266 | ↓ 15.788 | ↓ 322.785 | ↔ 268.755 | ↔ 166.793 | ↔ 5.122 | ↓ 0 |
| Março | ↑ 5.153.204 | ↔ 1.113.784 | ↑ 524.343 | ↑ 461.929 | ↔ 124.144 | ↔ 18.665 | ↔ 412.422 | ↑ 344.605 | ↑ 209.737 | ↓ 2.011 | ↓ 0 |
| Abril | ↑ 5.506.203 | ↔ 1.117.803 | ↑ 517.236 | ↑ 441.297 | ↔ 124.238 | ↓ 15.537 | ↔ 455.832 | ↔ 340.240 | ↑ 217.057 | ↔ 4.824 | ↓ 0 |
| Maiο | ↑ 5.418.316 | ↑ 1.139.209 | ↔ 506.609 | ↑ 429.036 | ↔ 125.827 | ↔ 19.432 | ↑ 492.736 | ↑ 377.911 | ↑ 225.051 | ↑ 6.347 | ↓ 0 |
| Junho | ↑ 5.389.746 | ↑ 1.180.508 | ↑ 541.705 | ↑ 445.068 | ↔ 126.932 | ↓ 18.114 | ↑ 501.554 | ↑ 368.964 | ↑ 254.114 | ↔ 3.771 | ↓ 0 |
| Julho | ↑ 5.375.454 | ↑ 1.159.512 | ↑ 509.025 | ↑ 428.595 | ↔ 111.840 | ↓ 17.905 | ↑ 508.983 | ↑ 358.363 | ↑ 239.541 | ↔ 3.749 | ↓ 0 |
| Agosto | ↑ 5.270.965 | ↑ 1.196.772 | ↑ 536.303 | ↑ 444.073 | ↔ 129.830 | ↓ 16.983 | ↑ 525.080 | ↑ 396.533 | ↑ 246.868 | ↔ 3.315 | ↓ 0 |
| Setembro | ↑ 5.446.825 | ↑ 1.246.539 | ↑ 544.006 | ↑ 469.894 | ↑ 140.185 | ↓ 16.397 | ↑ 569.007 | ↑ 411.772 | ↑ 241.961 | ↔ 3.624 | ↓ 0 |
| Outubro | ↑ 5.462.013 | ↑ 1.254.912 | ↑ 550.086 | ↑ 448.711 | ↑ 146.361 | ↔ 19.916 | ↑ 558.117 | ↑ 385.994 | ↑ 246.179 | ↑ 6.375 | ↓ 0 |
| Novembro | ↑ 5.440.444 | ↑ 1.189.910 | ↑ 523.724 | ↔ 405.259 | ↑ 145.552 | ↓ 16.816 | ↑ 514.307 | ↑ 378.167 | ↑ 219.493 | ↔ 4.865 | ↓ 0 |
| Dezembro | ↑ 5.283.860 | ↑ 1.194.390 | ↑ 525.496 | ↑ 420.724 | ↑ 142.586 | ↔ 18.816 | ↑ 499.828 | ↑ 386.848 | ↑ 245.740 | ↑ 5.700 | ↓ 0 |
| 2014 | ↑ 5.420.054 | ↑ 1.220.207 | ↑ 546.155 | ↑ 434.045 | ↑ 157.703 | ↔ 22.883 | ↑ 533.080 | ↑ 379.577 | ↑ 248.853 | ↑ 6.154 | ↓ 0 |
| Janeiro | ↑ 5.442.435 | ↑ 1.268.550 | ↑ 571.180 | ↑ 466.643 | ↑ 166.767 | ↑ 25.847 | ↑ 556.430 | ↑ 401.878 | ↑ 254.286 | ↑ 7.349 | ↓ 0 |
| Fevereiro | ↑ 5.395.276 | ↑ 1.166.683 | ↑ 518.449 | ↔ 397.955 | ↑ 147.667 | ↔ 19.601 | ↑ 507.230 | ↑ 354.885 | ↑ 242.838 | ↔ 4.831 | ↓ 0 |
| Março | ↑ 5.337.310 | ↑ 1.175.939 | ↑ 530.606 | ↑ 430.605 | ↔ 128.993 | ↔ 20.457 | ↑ 468.495 | ↑ 372.266 | ↑ 235.411 | ↑ 7.718 | ↓ 0 |

Fonte: Gfk Portugal

Tabela 13 - Dados de documentários / Rch (%)

Facts: Rch (%)

| | Canais Cabo | Documentários | Discovery | National Geographic | Nat Geo Wild | Discovery HD Showcase | Odisseia | Historia | bio. | myZen.tv Coaching HD | Discovery Turbo |
|-------------|-------------|---------------|-----------|---------------------|--------------|-----------------------|----------|----------|--------|----------------------|-----------------|
| 2012 | ↓ 46,8% | ↓ 9,3% | ↓ 4,3% | → 3,6% | ↓ 0,8% | → 0,2% | ↓ 3,2% | ↓ 2,6% | ↓ 1,3% | ↓ 0,0% | ↓ 0,0% |
| Junho | ↓ 46,3% | ↓ 8,9% | ↓ 4,1% | ↓ 3,0% | ↓ 0,7% | → 0,2% | ↓ 3,3% | ↓ 2,1% | ↓ 1,1% | ↓ 0,0% | ↑ 0,1% |
| Julho | ↓ 45,3% | ↓ 8,8% | ↓ 4,1% | ↓ 3,2% | ↓ 0,7% | ↓ 0,1% | ↓ 3,1% | ↓ 2,4% | ↓ 1,1% | ↓ 0,0% | ↓ 0,0% |
| Agosto | ↓ 45,2% | ↓ 9,2% | ↓ 4,1% | ↓ 3,4% | ↓ 0,8% | ↓ 0,2% | ↓ 3,2% | ↓ 2,5% | ↓ 1,3% | ↓ 0,0% | ↓ 0,0% |
| Setembro | ↓ 46,6% | ↓ 9,0% | ↓ 4,0% | ↓ 3,6% | ↓ 0,8% | ↓ 0,2% | ↓ 3,0% | ↓ 2,5% | ↓ 1,2% | ↓ 0,0% | ↓ 0,0% |
| Outubro | ↓ 46,7% | ↓ 8,7% | ↓ 4,0% | → 3,6% | ↓ 0,8% | ↓ 0,2% | ↓ 2,7% | ↓ 2,3% | ↓ 1,0% | ↓ 0,0% | ↓ 0,0% |
| Novembro | ↓ 48,6% | ↓ 10,1% | → 5,1% | ↑ 4,3% | ↓ 0,9% | ↑ 0,3% | ↓ 3,5% | → 2,9% | → 1,6% | ↑ 0,1% | ↓ 0,0% |
| Dezembro | → 49,1% | → 10,4% | → 4,9% | ↑ 4,2% | ↓ 0,9% | ↑ 0,3% | ↓ 3,5% | → 3,3% | → 1,7% | ↑ 0,1% | ↓ 0,0% |
| 2013 | ↑ 54,3% | ↑ 11,8% | ↑ 5,3% | ↑ 4,5% | → 1,3% | ↓ 0,2% | ↑ 4,9% | ↑ 3,7% | ↑ 2,3% | → 0,0% | ↓ 0,0% |
| Janeiro | ↓ 48,2% | ↓ 9,6% | ↓ 4,6% | → 3,9% | → 1,0% | ↓ 0,2% | ↓ 3,5% | ↓ 2,8% | → 1,7% | → 0,0% | ↓ 0,0% |
| Fevereiro | ↓ 47,0% | ↓ 9,9% | → 4,9% | → 4,1% | ↓ 1,0% | ↓ 0,2% | ↓ 3,4% | → 2,8% | → 1,8% | → 0,1% | ↓ 0,0% |
| Março | ↑ 53,6% | → 11,6% | ↑ 5,5% | ↑ 4,8% | → 1,3% | ↓ 0,2% | → 4,3% | ↑ 3,6% | ↑ 2,2% | ↓ 0,0% | ↓ 0,0% |
| Abril | ↑ 56,9% | → 11,5% | ↑ 5,3% | ↑ 4,6% | → 1,3% | ↓ 0,2% | → 4,7% | → 3,5% | ↑ 2,2% | → 0,0% | ↓ 0,0% |
| Maio | ↑ 55,9% | ↑ 11,8% | → 5,2% | ↑ 4,4% | → 1,3% | → 0,2% | ↑ 5,1% | ↑ 3,9% | ↑ 2,3% | ↑ 0,1% | ↓ 0,0% |
| Junho | ↑ 55,7% | ↑ 12,2% | ↑ 5,6% | ↑ 4,6% | → 1,3% | ↓ 0,2% | ↑ 5,2% | ↑ 3,8% | ↑ 2,6% | → 0,0% | ↓ 0,0% |
| Julho | ↑ 55,5% | ↑ 12,0% | → 5,3% | ↑ 4,4% | → 1,2% | ↓ 0,2% | ↑ 5,3% | ↑ 3,7% | ↑ 2,5% | → 0,0% | ↓ 0,0% |
| Agosto | ↑ 54,4% | ↑ 12,4% | ↑ 5,5% | ↑ 4,6% | → 1,3% | ↓ 0,2% | ↑ 5,4% | ↑ 4,1% | ↑ 2,5% | → 0,0% | ↓ 0,0% |
| Setembro | ↑ 56,2% | ↑ 12,9% | ↑ 5,6% | ↑ 4,9% | ↑ 1,4% | ↓ 0,2% | ↑ 5,9% | ↑ 4,3% | ↑ 2,5% | → 0,0% | ↓ 0,0% |
| Outubro | ↑ 56,4% | ↑ 13,0% | ↑ 5,7% | ↑ 4,6% | ↑ 1,5% | → 0,2% | ↑ 5,8% | ↑ 4,0% | ↑ 2,5% | ↑ 0,1% | ↓ 0,0% |
| Novembro | ↑ 56,2% | ↑ 12,3% | ↑ 5,4% | → 4,2% | ↑ 1,5% | ↓ 0,2% | ↑ 5,3% | ↑ 3,9% | ↑ 2,3% | → 0,1% | ↓ 0,0% |
| Dezembro | ↑ 54,6% | ↑ 12,3% | ↑ 5,4% | ↑ 4,3% | ↑ 1,5% | ↓ 0,2% | ↑ 5,2% | ↑ 4,0% | ↑ 2,5% | ↑ 0,1% | ↓ 0,0% |
| 2014 | ↑ 56,0% | ↑ 12,6% | ↑ 5,6% | ↑ 4,5% | ↑ 1,6% | → 0,2% | ↑ 5,5% | ↑ 3,9% | ↑ 2,6% | ↑ 0,1% | ↓ 0,0% |
| Janeiro | ↑ 56,2% | ↑ 13,1% | ↑ 5,9% | ↑ 4,8% | ↑ 1,7% | ↑ 0,3% | ↑ 5,7% | ↑ 4,1% | ↑ 2,6% | ↑ 0,1% | ↓ 0,0% |
| Fevereiro | ↑ 55,7% | ↑ 12,0% | ↑ 5,4% | → 4,1% | ↑ 1,5% | → 0,2% | ↑ 5,2% | ↑ 3,7% | ↑ 2,5% | → 0,0% | ↓ 0,0% |
| Março | ↑ 55,1% | ↑ 12,1% | ↑ 5,5% | ↑ 4,4% | → 1,3% | → 0,2% | ↑ 4,8% | ↑ 3,8% | ↑ 2,4% | ↑ 0,1% | ↓ 0,0% |

Fonte: Gfk Portugal

Tabela 14 - Dados de documentários / Shr (%)

Facts: Shr (%)

| | Canais Cabo | Documentários | Discovery | National Geographic | Nat Geo Wild | Discovery HD Showcase | Odisseia | Historia | bio. | myZen.tv Coaching HD | Discovery Turbo |
|-------------|-------------|---------------|-----------|---------------------|--------------|-----------------------|----------|----------|--------|----------------------|-----------------|
| 2012 | ↓ 25,26 | ↓ 1,43 | ↓ 0,48 | → 0,34 | ↓ 0,07 | → 0,01 | ↓ 0,23 | ↓ 0,23 | ↓ 0,06 | → 0,00 | ↓ 0,00 |
| Junho | ↓ 25,03 | ↓ 1,38 | → 0,53 | ↓ 0,28 | ↓ 0,05 | → 0,01 | ↓ 0,25 | ↓ 0,20 | ↓ 0,05 | ↑ 0,00 | ↑ 0,00 |
| Julho | → 26,18 | ↓ 1,41 | ↓ 0,47 | ↓ 0,33 | ↓ 0,07 | ↑ 0,01 | ↓ 0,24 | ↓ 0,23 | ↓ 0,06 | ↑ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Agosto | → 26,01 | ↓ 1,50 | ↓ 0,46 | → 0,35 | → 0,09 | ↑ 0,01 | ↓ 0,28 | ↓ 0,22 | ↓ 0,08 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Setembro | → 26,07 | ↓ 1,48 | ↓ 0,48 | → 0,37 | → 0,08 | → 0,01 | ↓ 0,24 | ↓ 0,24 | ↓ 0,06 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Outubro | ↓ 24,91 | ↓ 1,39 | ↓ 0,41 | ↑ 0,38 | ↓ 0,08 | → 0,01 | ↓ 0,21 | ↓ 0,23 | ↓ 0,06 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Novembro | ↓ 24,83 | ↓ 1,41 | ↓ 0,45 | → 0,37 | ↓ 0,07 | ↑ 0,02 | ↓ 0,21 | ↓ 0,24 | ↓ 0,05 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Dezembro | ↓ 23,99 | ↓ 1,41 | ↓ 0,52 | ↓ 0,33 | ↓ 0,07 | → 0,01 | ↓ 0,19 | ↓ 0,24 | ↓ 0,06 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| 2013 | → 27,99 | ↑ 1,93 | → 0,63 | ↑ 0,39 | → 0,11 | ↓ 0,01 | → 0,36 | → 0,28 | ↑ 0,15 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Janeiro | ↓ 23,65 | ↓ 1,52 | → 0,55 | → 0,36 | → 0,08 | ↓ 0,01 | ↓ 0,21 | ↓ 0,22 | ↓ 0,09 | → 0,00 | ↓ 0,00 |
| Fevereiro | ↓ 23,72 | → 1,71 | → 0,62 | ↑ 0,43 | → 0,09 | → 0,01 | ↓ 0,23 | ↓ 0,23 | → 0,11 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Março | → 27,08 | → 1,88 | → 0,63 | ↑ 0,42 | → 0,10 | ↓ 0,01 | → 0,29 | → 0,29 | → 0,13 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Abril | ↑ 28,54 | → 1,86 | → 0,60 | ↑ 0,42 | → 0,10 | ↓ 0,01 | → 0,31 | → 0,27 | ↑ 0,15 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Maio | ↑ 28,78 | ↑ 2,08 | ↑ 0,67 | ↑ 0,41 | ↑ 0,14 | ↓ 0,01 | → 0,35 | ↑ 0,34 | ↑ 0,16 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Junho | ↑ 28,65 | ↑ 2,15 | ↑ 0,77 | ↑ 0,38 | ↑ 0,12 | ↓ 0,01 | ↑ 0,39 | → 0,29 | ↑ 0,19 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Julho | ↑ 30,23 | ↑ 1,97 | → 0,62 | → 0,38 | → 0,10 | → 0,01 | ↑ 0,39 | → 0,29 | ↑ 0,17 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Agosto | ↑ 30,66 | ↑ 2,02 | → 0,64 | ↑ 0,39 | ↑ 0,11 | → 0,01 | → 0,38 | ↑ 0,30 | ↑ 0,17 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Setembro | ↑ 29,75 | ↑ 2,09 | → 0,62 | ↑ 0,42 | → 0,10 | ↓ 0,01 | ↑ 0,48 | → 0,29 | ↑ 0,17 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Outubro | ↑ 28,71 | ↑ 2,02 | → 0,62 | ↑ 0,40 | → 0,11 | → 0,01 | ↑ 0,46 | → 0,29 | → 0,13 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Novembro | ↑ 28,37 | ↑ 1,94 | → 0,65 | → 0,34 | ↑ 0,11 | ↓ 0,01 | ↑ 0,41 | → 0,28 | ↑ 0,15 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Dezembro | → 27,51 | → 1,88 | → 0,55 | → 0,37 | ↑ 0,11 | ↓ 0,01 | → 0,38 | ↑ 0,30 | ↑ 0,16 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| 2014 | → 27,77 | ↑ 1,94 | → 0,61 | → 0,36 | ↑ 0,13 | → 0,01 | ↑ 0,39 | → 0,28 | ↑ 0,15 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Janeiro | → 27,56 | ↑ 2,04 | → 0,65 | ↑ 0,41 | ↑ 0,13 | → 0,01 | ↑ 0,40 | → 0,29 | ↑ 0,15 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Fevereiro | → 28,02 | → 1,81 | → 0,56 | ↓ 0,31 | ↑ 0,13 | → 0,01 | → 0,38 | → 0,26 | ↑ 0,16 | ↓ 0,00 | ↓ 0,00 |
| Março | ↑ 28,93 | ↑ 1,92 | → 0,63 | → 0,36 | ↑ 0,13 | → 0,01 | → 0,35 | ↑ 0,30 | ↑ 0,14 | ↑ 0,00 | ↓ 0,00 |

Fonte: Gfk Portugal

Tabela 15 - Dados de documentários / ATS (hh:mm:ss)

Facts: ATS (hh:mm:ss)

| | Canais Cabo | Documentários | Discovery | National Geographic | Nat Geo Wild | Discovery HD Showcase | Odisseia | Historia | bio. | myZen.tv Coaching HD | Discovery Turbo |
|-------------|-------------|---------------|------------|---------------------|--------------|-----------------------|------------|------------|------------|----------------------|-----------------|
| 2012 | ↓ 02:27:12 | ↓ 00:35:27 | ↓ 00:22:31 | ↓ 00:19:05 | ↓ 00:17:51 | ↓ 00:12:45 | ↓ 00:13:36 | ↓ 00:16:44 | ↓ 00:06:46 | ↓ 00:01:46 | ↓ 00:00:13 |
| Junho | ↓ 02:21:38 | ↓ 00:32:17 | ↓ 00:22:29 | ↓ 00:15:52 | ↓ 00:12:07 | ↓ 00:10:42 | ↓ 00:12:15 | ↓ 00:13:31 | ↓ 00:04:56 | ↔ 00:02:30 | ↑ 00:01:33 |
| Julho | ↓ 02:28:01 | ↓ 00:32:05 | ↓ 00:19:42 | ↓ 00:17:17 | ↓ 00:14:53 | ↓ 00:13:09 | ↓ 00:12:07 | ↓ 00:14:28 | ↓ 00:05:02 | ↑ 00:05:13 | ↓ 00:00:00 |
| Agosto | ↔ 02:32:01 | ↓ 00:33:46 | ↓ 00:19:19 | ↓ 00:17:20 | ↔ 00:18:39 | ↓ 00:12:14 | ↓ 00:13:32 | ↓ 00:14:01 | ↓ 00:07:09 | ↓ 00:01:31 | ↓ 00:00:00 |
| Setembro | ↓ 02:27:20 | ↓ 00:34:32 | ↓ 00:20:43 | ↓ 00:17:47 | ↔ 00:18:43 | ↓ 00:12:02 | ↓ 00:11:58 | ↓ 00:14:51 | ↓ 00:05:42 | ↓ 00:00:11 | ↓ 00:00:00 |
| Outubro | ↓ 02:20:32 | ↓ 00:33:11 | ↓ 00:17:48 | ↓ 00:18:20 | ↓ 00:17:34 | ↓ 00:12:08 | ↓ 00:12:20 | ↓ 00:14:43 | ↓ 00:05:54 | ↓ 00:00:18 | ↓ 00:00:00 |
| Novembro | ↔ 02:29:50 | ↔ 00:40:03 | ↓ 00:24:45 | ↔ 00:23:23 | ↔ 00:19:47 | ↔ 00:16:57 | ↔ 00:16:34 | ↑ 00:22:25 | ↓ 00:08:18 | ↓ 00:00:47 | ↓ 00:00:00 |
| Dezembro | ↔ 02:30:54 | ↔ 00:42:15 | ↔ 00:32:54 | ↔ 00:23:37 | ↔ 00:23:10 | ↓ 00:12:04 | ↔ 00:16:24 | ↑ 00:23:11 | ↔ 00:10:15 | ↓ 00:01:47 | ↓ 00:00:00 |
| 2013 | ↔ 02:33:06 | ↑ 00:48:53 | ↑ 00:35:17 | ↑ 00:26:25 | ↔ 00:24:28 | ↔ 00:15:36 | ↑ 00:21:28 | ↑ 00:22:58 | ↑ 00:19:09 | ↓ 00:01:21 | ↓ 00:00:00 |
| Janeiro | ↓ 02:27:29 | ↑ 00:48:08 | ↑ 00:36:17 | ↑ 00:28:21 | ↔ 00:24:07 | ↔ 00:14:16 | ↔ 00:18:25 | ↑ 00:23:51 | ↑ 00:16:08 | ↔ 00:02:42 | ↓ 00:00:00 |
| Fevereiro | ↓ 02:27:38 | ↑ 00:51:25 | ↑ 00:37:07 | ↑ 00:30:41 | ↑ 00:27:40 | ↑ 00:19:36 | ↑ 00:20:23 | ↑ 00:23:45 | ↑ 00:18:29 | ↓ 00:01:43 | ↓ 00:00:00 |
| Março | ↑ 02:37:39 | ↑ 00:50:56 | ↑ 00:36:45 | ↑ 00:27:23 | ↔ 00:24:34 | ↓ 00:13:24 | ↑ 00:21:11 | ↑ 00:25:49 | ↑ 00:19:07 | ↓ 00:00:49 | ↓ 00:00:00 |
| Abril | ↔ 02:30:13 | ↑ 00:48:46 | ↑ 00:34:10 | ↑ 00:27:49 | ↔ 00:22:36 | ↓ 00:12:55 | ↔ 00:19:41 | ↑ 00:23:30 | ↑ 00:20:43 | ↓ 00:01:12 | ↓ 00:00:00 |
| Maiο | ↔ 02:28:45 | ↑ 00:51:26 | ↑ 00:37:39 | ↑ 00:26:38 | ↑ 00:30:58 | ↓ 00:10:43 | ↑ 00:20:02 | ↑ 00:25:29 | ↑ 00:20:11 | ↓ 00:01:09 | ↓ 00:00:00 |
| Junho | ↔ 02:31:54 | ↑ 00:52:11 | ↑ 00:40:58 | ↑ 00:25:00 | ↑ 00:26:37 | ↑ 00:19:01 | ↑ 00:22:10 | ↑ 00:22:20 | ↑ 00:20:42 | ↓ 00:01:53 | ↓ 00:00:00 |
| Julho | ↑ 02:37:21 | ↑ 00:47:43 | ↑ 00:34:05 | ↔ 00:24:48 | ↑ 00:25:26 | ↑ 00:18:24 | ↑ 00:21:29 | ↑ 00:23:06 | ↑ 00:20:11 | ↓ 00:00:49 | ↓ 00:00:00 |
| Agosto | ↑ 02:44:32 | ↑ 00:47:45 | ↑ 00:34:09 | ↔ 00:24:56 | ↑ 00:25:01 | ↑ 00:21:13 | ↑ 00:20:29 | ↔ 00:21:35 | ↑ 00:19:54 | ↓ 00:01:30 | ↓ 00:00:00 |
| Setembro | ↔ 02:33:36 | ↑ 00:47:18 | ↔ 00:32:10 | ↔ 00:25:20 | ↔ 00:20:35 | ↓ 00:12:50 | ↑ 00:23:46 | ↔ 00:19:49 | ↑ 00:20:18 | ↓ 00:00:35 | ↓ 00:00:00 |
| Outubro | ↓ 02:26:59 | ↔ 00:45:05 | ↔ 00:31:17 | ↔ 00:24:53 | ↔ 00:20:30 | ↔ 00:15:38 | ↑ 00:23:18 | ↔ 00:20:44 | ↔ 00:15:10 | ↓ 00:01:01 | ↓ 00:00:00 |
| Novembro | ↔ 02:32:29 | ↑ 00:48:03 | ↑ 00:37:07 | ↔ 00:24:21 | ↔ 00:22:18 | ↓ 00:13:23 | ↑ 00:23:22 | ↔ 00:21:39 | ↑ 00:19:15 | ↓ 00:01:16 | ↓ 00:00:00 |
| Dezembro | ↑ 02:37:59 | ↑ 00:48:04 | ↔ 00:31:59 | ↑ 00:27:11 | ↔ 00:23:24 | ↔ 00:16:09 | ↑ 00:23:16 | ↑ 00:23:51 | ↑ 00:19:50 | ↓ 00:01:38 | ↓ 00:00:00 |
| 2014 | ↑ 02:36:39 | ↑ 00:48:54 | ↑ 00:34:33 | ↔ 00:25:14 | ↑ 00:26:03 | ↑ 00:19:33 | ↑ 00:22:23 | ↑ 00:22:51 | ↑ 00:18:47 | ↓ 00:01:55 | ↓ 00:00:00 |
| Janeiro | ↑ 02:37:43 | ↑ 00:50:46 | ↑ 00:35:50 | ↑ 00:27:21 | ↔ 00:24:23 | ↑ 00:19:31 | ↑ 00:22:31 | ↑ 00:23:05 | ↑ 00:18:14 | ↓ 00:01:25 | ↓ 00:00:00 |
| Fevereiro | ↔ 02:35:29 | ↑ 00:46:49 | ↔ 00:33:08 | ↔ 00:22:53 | ↔ 00:27:52 | ↑ 00:19:35 | ↑ 00:22:14 | ↑ 00:22:34 | ↑ 00:19:24 | ↔ 00:02:28 | ↓ 00:00:00 |
| Março | ↑ 02:36:42 | ↑ 00:47:26 | ↑ 00:34:31 | ↔ 00:24:17 | ↑ 00:28:25 | ↑ 00:18:25 | ↑ 00:21:44 | ↑ 00:23:30 | ↑ 00:17:27 | ↑ 00:06:07 | ↓ 00:00:00 |

Fonte: Gfk Portugal

Tabela 16 - Dados de documentários / amostra

Facts: Amostra

| | Canais Cabo | Documentários | Discovery | National Geographic | Nat Geo Wild | Discovery HD Showcase | Odisseia | Historia | bio. | myZen.tv Coaching HD | Discovery Turbo |
|-------------|-------------|---------------|-----------|---------------------|--------------|-----------------------|----------|----------|------|----------------------|-----------------|
| 2012 | ↓ 1.236 | ↓ 241 | ↓ 111 | ↓ 94 | ↓ 21 | → 5 | ↓ 83 | ↓ 66 | ↓ 33 | ↓ 1 | ↓ 0 |
| Junho | ↓ 1.202 | ↓ 226 | ↓ 104 | ↓ 77 | ↓ 18 | → 5 | ↓ 83 | ↓ 55 | ↓ 28 | ↓ 0 | ↑ 3 |
| Julho | ↓ 1.159 | ↓ 219 | ↓ 99 | ↓ 81 | ↓ 19 | ↓ 4 | ↓ 78 | ↓ 58 | ↓ 26 | ↓ 1 | ↓ 0 |
| Agosto | ↓ 1.146 | ↓ 231 | ↓ 100 | ↓ 86 | ↓ 21 | ↓ 4 | ↓ 81 | ↓ 61 | ↓ 33 | ↓ 0 | ↓ 0 |
| Setembro | ↓ 1.234 | ↓ 233 | ↓ 104 | ↓ 93 | ↓ 21 | ↓ 4 | ↓ 77 | ↓ 65 | ↓ 31 | ↓ 0 | ↓ 0 |
| Outubro | ↓ 1.246 | ↓ 227 | ↓ 102 | ↓ 93 | ↓ 20 | ↓ 4 | ↓ 70 | ↓ 60 | ↓ 28 | ↓ 0 | ↓ 0 |
| Novembro | → 1.318 | → 270 | → 134 | → 113 | ↓ 25 | ↑ 7 | ↓ 93 | → 76 | → 42 | ↑ 2 | ↓ 0 |
| Dezembro | → 1.346 | → 282 | → 134 | → 112 | ↓ 26 | ↑ 8 | ↓ 96 | → 86 | → 46 | ↑ 2 | ↓ 0 |
| 2013 | ↑ 1.517 | ↑ 332 | ↑ 150 | ↑ 124 | → 37 | ↓ 5 | ↑ 138 | ↑ 103 | ↑ 64 | → 1 | ↓ 0 |
| Janeiro | → 1.383 | → 277 | → 133 | → 111 | → 31 | ↓ 4 | ↓ 100 | → 79 | → 46 | → 1 | ↓ 0 |
| Fevereiro | ↑ 1.479 | → 313 | ↑ 154 | ↑ 130 | → 32 | → 5 | → 110 | → 90 | ↑ 55 | ↑ 2 | ↓ 0 |
| Março | ↑ 1.587 | ↑ 345 | ↑ 161 | ↑ 143 | → 38 | → 6 | ↑ 129 | ↑ 106 | ↑ 65 | ↓ 1 | ↓ 0 |
| Abril | ↑ 1.582 | ↑ 325 | ↑ 150 | ↑ 128 | → 36 | ↑ 4 | ↑ 133 | ↑ 97 | ↑ 62 | → 1 | ↓ 0 |
| Maio | ↑ 1.537 | ↑ 327 | ↑ 144 | ↑ 122 | → 36 | ↑ 5 | ↑ 140 | ↑ 106 | ↑ 64 | ↑ 2 | ↓ 0 |
| Junho | ↑ 1.525 | ↑ 339 | ↑ 154 | ↑ 125 | → 37 | ↓ 5 | ↑ 144 | ↑ 104 | ↑ 73 | → 1 | ↓ 0 |
| Julho | ↑ 1.520 | ↑ 331 | ↑ 145 | ↑ 120 | → 32 | ↑ 5 | ↑ 147 | ↑ 101 | ↑ 68 | → 1 | ↓ 0 |
| Agosto | ↑ 1.444 | ↑ 329 | ↑ 147 | ↑ 120 | → 35 | ↑ 5 | ↑ 145 | ↑ 107 | ↑ 68 | → 1 | ↓ 0 |
| Setembro | ↑ 1.542 | ↑ 356 | ↑ 155 | ↑ 132 | → 40 | ↑ 5 | ↑ 163 | ↑ 116 | ↑ 69 | → 1 | ↓ 0 |
| Outubro | ↑ 1.558 | ↑ 361 | ↑ 158 | ↑ 128 | → 42 | ↑ 6 | ↑ 160 | ↑ 110 | ↑ 70 | ↑ 2 | ↓ 0 |
| Novembro | ↑ 1.545 | ↑ 338 | ↑ 149 | ↑ 112 | → 42 | ↑ 5 | ↑ 146 | ↑ 106 | ↑ 62 | → 1 | ↓ 0 |
| Dezembro | ↑ 1.499 | ↑ 339 | ↑ 148 | ↑ 120 | → 42 | ↑ 6 | ↑ 144 | ↑ 109 | ↑ 69 | ↑ 2 | ↓ 0 |
| 2014 | ↑ 1.549 | ↑ 349 | ↑ 157 | ↑ 123 | ↑ 47 | ↑ 7 | ↑ 153 | ↑ 109 | ↑ 71 | ↑ 2 | ↓ 0 |
| Janeiro | ↑ 1.545 | ↑ 361 | ↑ 163 | ↑ 131 | ↑ 49 | ↑ 8 | ↑ 159 | ↑ 115 | ↑ 72 | ↑ 2 | ↓ 0 |
| Fevereiro | ↑ 1.554 | ↑ 336 | ↑ 150 | ↑ 113 | → 44 | ↑ 6 | ↑ 146 | ↑ 103 | ↑ 70 | → 1 | ↓ 0 |
| Março | ↑ 1.549 | ↑ 341 | ↑ 152 | ↑ 124 | → 40 | ↑ 6 | ↑ 137 | ↑ 108 | ↑ 68 | ↑ 2 | ↓ 0 |

Fonte: Gfk Portugal

Tabela 17 - Audiência mês a mês dos canais cabo

Report: New Report 1.rep
 Subreport: Master
 Usage: Live
 Target: AudiPanel

| | ATS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|---------------------|-----------|-----------|-------------|----------------|--------------|---------------|---------------|--------------|---------------|------------|------------|----------|-----------|-----------|-------------|----------------|--------------|---------------|---------------|--------------|---------------|------------|--|
| | Junho 2012 Março | June 2012 | July 2012 | August 2012 | September 2012 | October 2012 | November 2012 | December 2012 | January 2013 | February 2013 | March 2013 | April 2013 | May 2013 | June 2013 | July 2013 | August 2013 | September 2013 | October 2013 | November 2013 | December 2013 | January 2014 | February 2014 | March 2014 | |
| SIC Notícias | 00:29:31 | 00:22:52 | 00:24:31 | 00:20:53 | 00:26:08 | 00:25:49 | 00:29:25 | 00:28:59 | 00:29:50 | 00:30:02 | 00:31:44 | 00:34:35 | 00:31:05 | 00:29:06 | 00:34:30 | 00:29:46 | 00:30:21 | 00:31:50 | 00:31:28 | 00:31:13 | 00:32:44 | 00:31:26 | 00:31:05 | |
| Hollywood | 00:39:55 | 00:33:24 | 00:33:51 | 00:34:54 | 00:34:49 | 00:34:58 | 00:42:39 | 00:42:26 | 00:42:33 | 00:43:35 | 00:43:36 | 00:43:25 | 00:40:25 | 00:41:59 | 00:41:07 | 00:41:26 | 00:39:47 | 00:38:53 | 00:41:35 | 00:39:58 | 00:41:27 | 00:41:32 | 00:40:22 | |
| TVI24 | 00:24:19 | 00:15:23 | 00:15:07 | 00:13:30 | 00:17:39 | 00:17:49 | 00:23:08 | 00:24:48 | 00:26:11 | 00:25:11 | 00:26:00 | 00:28:47 | 00:28:53 | 00:27:10 | 00:28:17 | 00:24:21 | 00:27:46 | 00:27:41 | 00:26:51 | 00:26:06 | 00:30:48 | 00:27:04 | 00:26:50 | |
| RTP Informação | 00:21:41 | 00:16:38 | 00:20:15 | 00:18:18 | 00:19:30 | 00:17:09 | 00:19:31 | 00:22:08 | 00:23:09 | 00:23:47 | 00:24:10 | 00:24:07 | 00:23:29 | 00:23:28 | 00:23:50 | 00:23:35 | 00:21:30 | 00:21:00 | 00:21:28 | 00:22:14 | 00:23:15 | 00:22:32 | 00:21:54 | |
| AXN | 00:43:51 | 00:36:33 | 00:30:56 | 00:35:22 | 00:35:23 | 00:35:52 | 00:50:53 | 00:45:12 | 00:44:53 | 00:46:08 | 00:44:55 | 00:45:48 | 00:46:23 | 00:43:40 | 00:46:37 | 00:49:08 | 00:44:44 | 00:44:26 | 00:49:58 | 00:52:59 | 00:44:48 | 00:46:39 | 00:43:49 | |
| Disney Channel | 01:04:27 | 01:06:32 | 01:09:42 | 01:10:07 | 01:07:08 | 00:55:23 | 01:02:33 | 01:09:28 | 01:03:14 | 01:04:26 | 01:05:19 | 00:54:10 | 00:57:06 | 01:07:31 | 01:11:19 | 01:10:23 | 01:02:30 | 00:59:15 | 01:06:38 | 01:10:06 | 00:59:08 | 01:01:56 | 01:03:39 | |
| Fox | 00:40:56 | 00:32:44 | 00:37:59 | 00:36:59 | 00:32:55 | 00:34:08 | 00:39:17 | 00:43:25 | 00:44:56 | 00:45:22 | 00:43:30 | 00:41:15 | 00:39:35 | 00:39:27 | 00:39:37 | 00:41:22 | 00:39:39 | 00:43:12 | 00:46:11 | 00:44:43 | 00:46:00 | 00:43:50 | 00:44:42 | |
| Panda | 00:56:24 | 00:52:10 | 00:51:02 | 00:52:56 | 00:46:44 | 00:41:50 | 00:53:14 | 00:56:29 | 00:54:49 | 00:57:44 | 01:05:04 | 01:03:45 | 01:04:40 | 00:59:33 | 00:59:12 | 00:59:44 | 00:57:22 | 00:55:15 | 00:53:52 | 00:59:02 | 00:54:50 | 01:00:39 | 01:01:12 | |
| SIC Mulher | 00:21:52 | 00:16:59 | 00:19:12 | 00:19:24 | 00:16:06 | 00:15:06 | 00:17:27 | 00:20:22 | 00:19:51 | 00:21:36 | 00:24:13 | 00:24:47 | 00:22:23 | 00:23:22 | 00:25:10 | 00:24:32 | 00:23:09 | 00:21:32 | 00:25:47 | 00:26:49 | 00:25:14 | 00:25:49 | 00:22:23 | |
| SIC Radical | 00:17:24 | 00:16:33 | 00:15:53 | 00:14:57 | 00:13:48 | 00:12:32 | 00:14:06 | 00:16:00 | 00:16:10 | 00:18:27 | 00:17:50 | 00:17:22 | 00:19:10 | 00:19:55 | 00:21:07 | 00:20:07 | 00:20:35 | 00:18:35 | 00:16:41 | 00:17:06 | 00:17:37 | 00:18:02 | 00:20:19 | |
| TV Record | 00:45:49 | 00:39:19 | 00:38:33 | 00:32:42 | 00:38:45 | 00:35:45 | 00:42:45 | 00:43:06 | 00:39:31 | 00:44:53 | 00:45:08 | 00:49:06 | 00:51:20 | 00:46:22 | 00:47:51 | 00:49:34 | 00:47:12 | 00:47:01 | 00:55:20 | 00:52:02 | 00:53:58 | 00:55:58 | 00:52:36 | |
| Fox Life | 00:28:39 | 00:22:34 | 00:22:03 | 00:21:27 | 00:23:58 | 00:19:54 | 00:28:04 | 00:28:19 | 00:31:06 | 00:30:47 | 00:28:37 | 00:27:32 | 00:29:35 | 00:31:55 | 00:34:02 | 00:34:04 | 00:31:19 | 00:28:32 | 00:34:13 | 00:32:47 | 00:29:52 | 00:29:07 | 00:30:58 | |
| Discovery | 00:31:06 | 00:22:29 | 00:19:42 | 00:19:19 | 00:20:43 | 00:17:48 | 00:24:45 | 00:32:54 | 00:36:17 | 00:37:07 | 00:36:45 | 00:34:10 | 00:37:39 | 00:40:58 | 00:34:05 | 00:34:09 | 00:32:10 | 00:31:17 | 00:37:07 | 00:31:59 | 00:35:50 | 00:33:08 | 00:34:31 | |
| RTP Memória | 00:15:28 | 00:09:17 | 00:10:33 | 00:09:49 | 00:10:56 | 00:10:54 | 00:16:22 | 00:18:39 | 00:15:49 | 00:13:52 | 00:15:47 | 00:16:37 | 00:14:18 | 00:14:54 | 00:16:03 | 00:19:06 | 00:18:34 | 00:18:20 | 00:19:06 | 00:19:14 | 00:18:32 | 00:17:10 | 00:16:25 | |
| Odisseia | 00:19:02 | 00:12:15 | 00:12:07 | 00:13:32 | 00:11:58 | 00:12:20 | 00:16:34 | 00:16:24 | 00:18:25 | 00:20:23 | 00:21:11 | 00:19:41 | 00:20:02 | 00:22:10 | 00:21:29 | 00:20:29 | 00:23:46 | 00:23:18 | 00:23:22 | 00:23:16 | 00:22:31 | 00:22:14 | 00:21:44 | |
| EuroSport (PT+ENG) | 00:22:46 | 00:14:23 | 00:27:33 | 00:21:48 | 00:19:06 | 00:10:30 | 00:17:43 | 00:20:16 | 00:29:49 | 00:22:02 | 00:22:33 | 00:28:11 | 00:26:45 | 00:25:01 | 00:31:37 | 00:25:33 | 00:26:16 | 00:21:42 | 00:20:37 | 00:21:22 | 00:26:33 | 00:20:36 | 00:20:33 | |
| Panda Biggs | 00:30:39 | 00:26:52 | 00:31:37 | 00:30:49 | 00:25:07 | 00:21:31 | 00:30:27 | 00:27:35 | 00:26:49 | 00:28:36 | 00:30:27 | 00:30:39 | 00:33:08 | 00:36:46 | 00:36:26 | 00:39:38 | 00:29:35 | 00:28:33 | 00:28:08 | 00:30:32 | 00:33:01 | 00:37:05 | 00:31:01 | |
| Fox Movies Portugal | 00:25:51 | 00:21:40 | 00:24:09 | 00:22:41 | 00:19:35 | 00:21:25 | 00:26:54 | 00:32:07 | 00:30:43 | 00:28:47 | 00:27:31 | 00:26:21 | 00:22:20 | 00:24:15 | 00:25:51 | 00:25:39 | 00:24:06 | 00:27:47 | 00:27:55 | 00:27:21 | 00:24:56 | 00:29:02 | 00:27:55 | |
| National Geographic | 00:23:50 | 00:15:13 | 00:17:17 | 00:17:20 | 00:17:47 | 00:18:20 | 00:23:23 | 00:23:37 | 00:28:21 | 00:30:41 | 00:27:23 | 00:27:49 | 00:26:38 | 00:25:00 | 00:24:48 | 00:24:56 | 00:25:20 | 00:24:53 | 00:24:21 | 00:27:11 | 00:27:21 | 00:22:53 | 00:24:17 | |
| MOV | 00:26:35 | 00:20:08 | 00:20:10 | 00:22:19 | 00:21:07 | 00:23:37 | 00:24:41 | 00:24:59 | 00:30:35 | 00:31:15 | 00:30:59 | 00:28:17 | 00:27:25 | 00:27:26 | 00:28:29 | 00:27:06 | 00:24:37 | 00:26:03 | 00:28:25 | 00:27:24 | 00:30:31 | 00:30:59 | 00:28:38 | |
| AXN White | 00:17:10 | 00:13:21 | 00:15:00 | 00:13:35 | 00:13:40 | 00:12:52 | 00:16:33 | 00:17:40 | 00:16:34 | 00:17:33 | 00:19:25 | 00:17:13 | 00:19:22 | 00:19:01 | 00:17:59 | 00:17:29 | 00:18:26 | 00:16:18 | 00:18:32 | 00:20:13 | 00:18:53 | 00:19:46 | 00:18:17 | |
| TLC | 00:24:40 | 00:14:33 | 00:21:29 | 00:21:43 | 00:21:07 | 00:19:46 | 00:22:38 | 00:27:59 | 00:25:36 | 00:28:49 | 00:30:50 | 00:26:54 | 00:29:06 | 00:28:36 | 00:27:08 | 00:25:43 | 00:23:19 | 00:22:07 | 00:23:23 | 00:24:50 | 00:26:28 | 00:26:20 | 00:24:18 | |
| AXN Black | 00:17:18 | 00:13:14 | 00:13:41 | 00:13:06 | 00:14:27 | 00:13:51 | 00:15:44 | 00:18:04 | 00:17:14 | 00:16:48 | 00:16:31 | 00:17:17 | 00:18:36 | 00:20:36 | 00:20:03 | 00:18:44 | 00:18:21 | 00:18:17 | 00:19:55 | 00:21:09 | 00:17:29 | 00:18:43 | 00:18:44 | |
| Globo | 00:37:05 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:21:49 | 00:38:17 | 00:40:51 | 00:44:07 | 00:47:51 | 00:50:47 | 00:43:12 | 00:39:56 | 00:40:21 | 00:51:38 | 00:49:11 | 00:47:33 | 00:53:49 | 01:01:24 | 01:03:44 | 00:56:17 | 01:06:07 | |
| RTP Africa | 00:13:50 | 00:10:21 | 00:10:55 | 00:10:16 | 00:09:09 | 00:09:34 | 00:13:08 | 00:15:09 | 00:12:36 | 00:13:15 | 00:15:39 | 00:12:20 | 00:13:53 | 00:13:20 | 00:14:03 | 00:14:39 | 00:11:51 | 00:15:04 | 00:13:22 | 00:14:04 | 00:14:31 | 00:24:36 | 00:22:59 | |
| Historia | 00:20:59 | 00:13:31 | 00:14:28 | 00:14:01 | 00:14:51 | 00:14:43 | 00:22:25 | 00:23:11 | 00:23:51 | 00:23:45 | 00:25:49 | 00:23:30 | 00:25:29 | 00:22:20 | 00:23:06 | 00:21:35 | 00:19:49 | 00:20:44 | 00:21:39 | 00:23:51 | 00:23:05 | 00:22:34 | 00:23:30 | |
| MTV Portugal | 00:16:59 | 00:11:27 | 00:10:23 | 00:12:42 | 00:13:47 | 00:12:01 | 00:16:32 | 00:18:33 | 00:20:11 | 00:20:15 | 00:20:14 | 00:17:55 | 00:15:52 | 00:18:59 | 00:22:01 | 00:17:56 | 00:18:17 | 00:17:22 | 00:18:44 | 00:16:57 | 00:19:25 | 00:18:53 | 00:15:32 | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Porto Canal | 00:13:50 | 00:07:06 | 00:07:40 | 00:06:36 | 00:06:36 | 00:07:09 | 00:10:31 | 00:12:31 | 00:16:56 | 00:16:47 | 00:15:02 | 00:15:01 | 00:19:42 | 00:17:29 | 00:16:39 | 00:13:17 | 00:16:40 | 00:16:41 | 00:15:12 | 00:16:08 | 00:17:02 | 00:16:45 | 00:17:09 |
| Disney Junior | 00:51:18 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:40 | 00:58:43 | 01:10:21 | 01:07:02 | 01:11:50 | 01:20:24 | 01:07:51 | 00:54:19 | 00:57:02 | 01:01:22 | 01:06:07 | 01:03:43 | 01:02:59 | 01:08:50 | 01:12:55 | 01:10:42 | 01:08:24 | 01:07:27 |
| Fox Crime | 00:30:28 | 00:24:22 | 00:24:30 | 00:23:20 | 00:24:29 | 00:21:22 | 00:25:41 | 00:28:00 | 00:31:03 | 00:30:21 | 00:27:50 | 00:33:39 | 00:38:13 | 00:37:04 | 00:33:02 | 00:35:01 | 00:32:47 | 00:35:42 | 00:32:14 | 00:32:34 | 00:33:40 | 00:34:28 | 00:31:15 |
| CMTV | 00:11:14 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:06:41 | 00:12:36 | 00:17:31 | 00:16:20 | 00:19:12 | 00:21:39 | 00:20:29 | 00:19:05 | 00:18:36 | 00:20:17 | 00:24:48 | 00:25:54 | 00:23:50 |
| SportTV | 00:44:51 | 00:55:12 | 00:28:29 | 00:44:50 | 00:44:57 | 00:45:12 | 00:56:16 | 00:49:45 | 00:59:00 | 01:02:51 | 00:59:47 | 00:57:50 | 00:48:12 | 00:28:23 | 00:29:26 | 00:47:34 | 00:36:58 | 00:39:48 | 00:44:56 | 00:36:28 | 00:30:58 | 00:38:25 | 00:42:45 |
| VH1 | 00:21:38 | 00:15:20 | 00:16:15 | 00:15:36 | 00:13:16 | 00:12:43 | 00:18:53 | 00:20:37 | 00:18:55 | 00:22:48 | 00:25:31 | 00:27:24 | 00:27:44 | 00:26:40 | 00:22:43 | 00:24:56 | 00:22:13 | 00:25:22 | 00:21:55 | 00:28:12 | 00:23:56 | 00:24:17 | 00:21:02 |
| TVI Ficção | 00:41:46 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:17:51 | 00:41:15 | 00:40:34 | 00:44:13 | 00:49:03 | 00:54:34 | 00:45:12 | 00:43:41 | 00:43:32 | 00:51:51 | 00:49:52 | 00:50:12 | 00:48:56 | 01:03:51 | 01:09:24 | 01:13:25 | 01:05:11 | 01:07:38 |
| SIC K | 00:37:52 | 00:46:33 | 00:39:44 | 00:38:35 | 00:42:42 | 00:42:31 | 00:54:10 | 00:48:21 | 00:48:54 | 00:40:32 | 00:33:21 | 00:32:13 | 00:33:08 | 00:33:24 | 00:36:12 | 00:42:04 | 00:28:02 | 00:25:08 | 00:28:19 | 00:34:11 | 00:34:42 | 00:36:45 | 00:33:48 |
| blo. | 00:15:05 | 00:04:56 | 00:05:02 | 00:07:09 | 00:05:42 | 00:05:54 | 00:08:18 | 00:10:15 | 00:16:08 | 00:18:29 | 00:19:07 | 00:20:43 | 00:20:11 | 00:20:42 | 00:20:11 | 00:19:54 | 00:20:18 | 00:15:10 | 00:19:15 | 00:19:50 | 00:18:14 | 00:19:24 | 00:17:27 |
| BTV 1 | 00:25:42 | 00:10:21 | 00:14:16 | 00:12:43 | 00:16:15 | 00:13:47 | 00:14:48 | 00:16:16 | 00:17:07 | 00:16:11 | 00:19:43 | 00:19:45 | 00:19:13 | 00:15:45 | 00:47:30 | 00:43:37 | 00:55:57 | 00:37:07 | 00:36:28 | 00:39:43 | 00:33:41 | 00:27:55 | 00:36:22 |
| Boia TV | 00:10:22 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:04:06 | 00:08:27 | 00:10:59 | 00:10:06 | 00:13:43 | 00:14:07 | 00:12:10 | 00:13:24 | 00:14:02 | 00:12:45 | 00:13:14 | 00:12:56 | 00:13:17 | 00:15:26 | 00:13:18 | 00:12:36 | 00:15:37 | 00:18:33 |
| SyFy | 00:20:07 | 00:15:45 | 00:14:53 | 00:20:16 | 00:18:15 | 00:12:04 | 00:17:23 | 00:28:19 | 00:23:18 | 00:24:48 | 00:24:55 | 00:24:21 | 00:22:40 | 00:21:58 | 00:19:54 | 00:18:11 | 00:19:40 | 00:18:46 | 00:19:31 | 00:20:04 | 00:19:42 | 00:16:59 | 00:20:53 |
| MGM | 00:11:42 | 00:03:35 | 00:04:53 | 00:03:42 | 00:03:18 | 00:02:21 | 00:08:03 | 00:07:31 | 00:07:00 | 00:12:28 | 00:06:03 | 00:14:07 | 00:15:55 | 00:14:52 | 00:16:27 | 00:16:00 | 00:15:00 | 00:16:06 | 00:17:12 | 00:17:48 | 00:19:05 | 00:18:57 | 00:17:34 |
| Q | 00:06:56 | 00:03:13 | 00:04:10 | 00:03:27 | 00:03:35 | 00:03:09 | 00:06:08 | 00:06:39 | 00:06:59 | 00:08:47 | 00:09:38 | 00:07:46 | 00:07:19 | 00:08:37 | 00:07:56 | 00:07:18 | 00:08:23 | 00:07:41 | 00:09:18 | 00:08:03 | 00:07:34 | 00:08:08 | 00:08:57 |
| TVI Secret Story | 00:19:07 | 00:00:00 | 00:00:24 | 00:00:00 | 00:23:21 | 00:57:07 | 01:00:02 | 00:51:08 | 00:35:08 | 00:00:21 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:02:24 | 00:56:21 | 01:07:40 | 01:03:46 | 00:00:00 | 00:00:00 | 00:00:00 |
| El Entertainment | 00:13:19 | 00:12:00 | 00:08:54 | 00:14:42 | 00:10:13 | 00:08:13 | 00:12:00 | 00:15:21 | 00:15:05 | 00:14:29 | 00:13:52 | 00:14:51 | 00:10:49 | 00:12:25 | 00:14:59 | 00:14:22 | 00:16:25 | 00:15:44 | 00:12:34 | 00:15:16 | 00:11:25 | 00:11:42 | 00:17:30 |
| Nat Geo Wild | 00:22:36 | 00:10:19 | 00:14:53 | 00:18:39 | 00:18:43 | 00:17:34 | 00:19:47 | 00:23:10 | 00:24:07 | 00:27:40 | 00:24:34 | 00:22:36 | 00:30:58 | 00:26:37 | 00:25:26 | 00:25:01 | 00:20:35 | 00:20:30 | 00:22:18 | 00:23:24 | 00:24:23 | 00:27:52 | 00:28:25 |
| EUROSPORT 2 | 00:17:56 | 00:11:40 | 00:12:26 | 00:08:05 | 00:09:46 | 00:10:28 | 00:17:57 | 00:23:56 | 00:22:44 | 00:19:40 | 00:21:27 | 00:20:53 | 00:26:41 | 00:24:18 | 00:21:27 | 00:18:42 | 00:16:16 | 00:14:12 | 00:18:22 | 00:18:43 | 00:23:02 | 00:14:30 | 00:18:56 |
| FX | 00:17:19 | 00:04:00 | 00:08:10 | 00:07:17 | 00:06:45 | 00:07:01 | 00:13:01 | 00:14:39 | 00:16:39 | 00:17:26 | 00:16:43 | 00:17:31 | 00:22:29 | 00:31:29 | 00:26:52 | 00:21:36 | 00:19:26 | 00:17:32 | 00:19:50 | 00:21:32 | 00:20:59 | 00:26:03 | 00:24:28 |
| JimJam | 00:43:47 | 00:41:54 | 00:42:25 | 00:44:32 | 00:43:33 | 00:52:51 | 01:02:39 | 00:59:00 | 00:58:00 | 00:47:28 | 00:43:43 | 00:48:17 | 00:44:07 | 00:51:39 | 00:37:46 | 00:26:38 | 00:31:25 | 00:30:46 | 00:50:05 | 00:37:38 | 00:38:10 | 00:38:19 | 00:32:45 |
| SportTV2 | 00:18:35 | 00:17:39 | 00:09:31 | 00:13:21 | 00:20:04 | 00:14:26 | 00:23:50 | 00:23:59 | 00:23:46 | 00:21:53 | 00:20:12 | 00:19:21 | 00:26:55 | 00:24:03 | 00:19:12 | 00:20:13 | 00:19:31 | 00:17:48 | 00:15:45 | 00:12:18 | 00:13:43 | 00:16:12 | 00:15:43 |
| TVCINE1 | 00:30:40 | 00:22:59 | 00:21:43 | 00:23:10 | 00:23:47 | 00:26:26 | 00:33:41 | 00:37:26 | 00:37:56 | 00:33:14 | 00:32:24 | 00:29:08 | 00:31:17 | 00:30:34 | 00:30:58 | 00:33:04 | 00:32:01 | 00:28:58 | 00:34:01 | 00:32:01 | 00:33:29 | 00:30:39 | 00:35:44 |

Source: Evogenius Reporting - GfK 01-06-2012-31-03-2014; by Person; Usage; Time-shifted viewing: product-based (standard); Realtime; Standard

Fonte: GfK Portugal

APÊNDICE F

DVD – documentário em vídeo REviravolta – produzido e realizado por Marco
Pereira³

³ Produto da parte prática da presente dissertação (colado na contracapa)