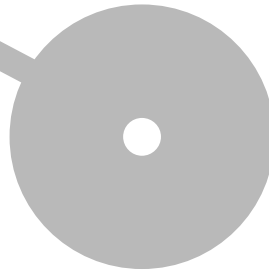




Diferentes plataformas, novas linguagens, mesmas histórias: Montagem multiplataforma no Canal180

Tomás Ribeiro Moreira

10/2024



Instituto Politécnico do Porto
Escola Superior de Media Artes e Design

Tomás Ribeiro Moreira
Diferentes plataformas, novas linguagens, mesmas histórias: Montagem
multiplataforma no Canal180

Relatório de Estágio
Mestrado em Cinema e Fotografia – Especialização em Cinema de Ficção
Orientação: Prof. Título de Especialista José Manuel de Oliveira Quinta Ferreira

Vila do Conde, outubro de 2024

Tomás Ribeiro Moreira

Diferentes plataformas, novas linguagens, mesmas histórias: Montagem
multiplataforma no Canal180

Relatório de Estágio

Mestrado em Cinema e Fotografia – Especialização em Cinema de Ficção
Orientador: Prof. Título de Especialista José Manuel de Oliveira Quinta Ferreira

Membros do Júri

Presidente

Prof. Doutor José Alberto da Cunha Monteiro Pinheiro
Escola Superior de Media Artes e Design – Instituto Politécnico do Porto

Vogal - Orientador

Prof. Título de Especialista José Manuel de Oliveira Quinta Ferreira
Escola Superior de Media Artes e Design – Instituto Politécnico do Porto

Vogal - Arguente

Prof. Título de Especialista Marco Filipe de Almeida Santos Oliveira
Escola Superior de Media Artes e Design – Instituto Politécnico do Porto

Vila do Conde, outubro de 2024

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, que sempre me quiseram ver aqui.

Ao meu irmão, que me alimentou desde sempre a fome para esta arte.

Aos que me rodeiam, para o bem ou para o mal, há muito para fazer, e vamos
todos conseguir.

RESUMO ANALÍTICO

Este relatório descreve a realização de um estágio curricular no Canal 180, no âmbito da unidade curricular de Dissertação/Projeto/Estágio do Mestrado em Cinema e Fotografia, na especialização de Cinema de Ficção, da Escola Superior de Media Artes e Design do Instituto Politécnico do Porto.

Mantendo como foco o papel do Montador face às diferentes linguagens audiovisuais que este trabalha, o relatório inicialmente reflete sobre o processo de Montagem e como este varia consoante as novas linguagens audiovisuais que vão surgindo, para depois integrar esta reflexão dentro do estudo empírico que o estágio curricular possibilitou.

Palavras-chave: Montagem; Edição; Audiovisual; Multiplataforma; Formatos

ABSTRACT

The following document describes an internship at Canal180, as part of the course unit of Dissertation/Project/Internship of the Master in Cinema and Photography, specialization in Fiction Cinema, at Escola Superior de Media Artes e Design of Porto Polytechnic Institute.

Having the Film Editor as the focus of the report when it comes to the different audiovisual languages it works in, this document starts out by reflecting about the process of the Film Editor and how it changes with the new audiovisual languages, so that afterwards this reflection can be integrated into the empirical study that this curricular internship made available.

Palavras-chave: Montage; Film Editing; Audiovisual; Multiplatform; Formats

ÍNDICE

1	INTRODUÇÃO	9
2	ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	10
2.1	Montagem: Ritmo, História e Emoção.....	11
2.2	Evolução tecnológica e suas influências no trabalho audiovisual.....	17
2.3	Conteúdo para Web e sua evolução.....	19
3	IDENTIFICAÇÃO DA ENTIDADE DE ESTÁGIO: CANAL180	25
3.1	Canal180: “Outra história, outra televisão”	26
3.2	O trabalho editorial do Canal180.....	27
3.2.1	Conteúdos originais e parcerias.....	27
3.2.2	Distribuição e comunicação digital	29
3.3	O trabalho comercial do Canal180	33
4	ESTUDO EMPÍRICO E DESENVOLVIMENTO DO ESTÁGIO CURRICULAR NO CANAL180.....	35
4.1	O Canal180 “abre a casa”	36
4.2	Conteúdo “Do You Know... Yet” para Primavera Sound Porto.....	40
4.3	Trabalho comercial no Canal180.....	42
5	CONCLUSÃO	47
6	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	49

Diferentes plataformas, novas linguagens, mesmas
histórias: Montagem multiplataforma no Canal180
Tomás Ribeiro Moreira

1 INTRODUÇÃO

Ao estar Licenciado em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho, a decisão de continuar o meu percurso académico no Mestrado em Cinema e Fotografia da Escola Superior de Media Artes e Design do Instituto Politécnico do Porto provém de uma vontade de melhor compreender a relação entre a mensagem pretendida e a linguagem audiovisual utilizada.

Face a isto, o campo da Montagem naturalmente foi onde encontrei maior liberdade para recorrer a diferentes linguagens a nível do audiovisual. A própria génese deste trabalho leva à necessidade de perceber estas diferentes linguagens e a sua devida aplicação face às mensagens pretendidas.

No surgimento de plataformas digitais de conteúdo, o Canall80 foi das primeiras plataformas portuguesas a aproveitar-se do potencial destas plataformas com o seu início em 2011. A adoção das novas linguagens que conteúdos criados para plataformas digitais geraram destacou as produções do Canall80, fazendo com que esta produtora tenha um posicionamento marcante dentro da indústria nacional de comunicação audiovisual.

Numa procura de trabalhar com diferentes linguagens e de descrever o processo por detrás destas, a realização de um estágio curricular no Canall80 deu espaço para então explorar esta temática numa vertente prática, dentro de um contexto profissional.

O relatório de estágio divide-se em três partes: um enquadramento teórico que estabelece o raciocínio presente por detrás da prática de Montagem como a relação entre linguagens audiovisuais e avanço tecnológico; a identificação da entidade acolhedora do estágio curricular; uma descrição dos projetos desenvolvidos no decorrer do estágio, focado nas diferentes linguagens adotadas por projeto e as decisões tomadas para o alcance destas linguagens.

2 ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1 Montagem: Ritmo, História e Emoção

Sergei Eisenstein, cineasta soviético que se dedicou ao estudo da montagem cinematográfica, questionava:

Why do we use montage at all? Even the most fanatical opponent of montage will agree that it is not merely because the film strip at our disposal is not of infinite length, and consequently being condemned to working with pieces of restricted lengths, we have to stick one piece of it on to another occasionally (Eisenstein, 1947, p. 4).

Desde cedo, Eisenstein procurou aprofundar a significância do trabalho do Montador. Ainda antes do advento do som em película, o cineasta afirmou que o montador não é meramente um agregador dos brutos recolhidos em fase de produção.

Mesmo a partir da base mais fundamental do seu trabalho, que é “juntar os brutos” de forma a resultar num produto audiovisual coeso, é necessário preservar a continuidade de corte para corte. É necessário um corte contínuo (Pearlman, 2009).

O corte contínuo é a junção de diferentes brutos que procuram remeter para um tempo e espaço específico (Pearlman, 2009). Ou seja, numa só situação podemos ter 3 ângulos de câmara diferentes onde a mesma ação decorre num local, num determinado espaço de tempo.

O corte contínuo consiste no Montador ter um determinado número de brutos que apresentam uma perspetiva diferente do tempo e espaço comum entre elas, para depois juntá-las de forma que estes possam complementar-se no desenrolar da ação.

No entanto, Karen Pearlman questiona o porquê de estes brutos que apresentam a mesma ação com diferentes perspetivas de câmara existirem:

Why would you do it? Why shoot something that could simply be done in one shot, in real time and space, and cut it into many shots that may have to be taken at many different times and in different configurations of the space, so that you can then put them back together to create the impression of one time and place (Pearlman, 2009, p. 165)?

Pearlman rapidamente responde a esta dúvida, concluindo que uma das finalidades de estes brutos existirem é para, em pós-produção, haver a construção de um ritmo de montagem.

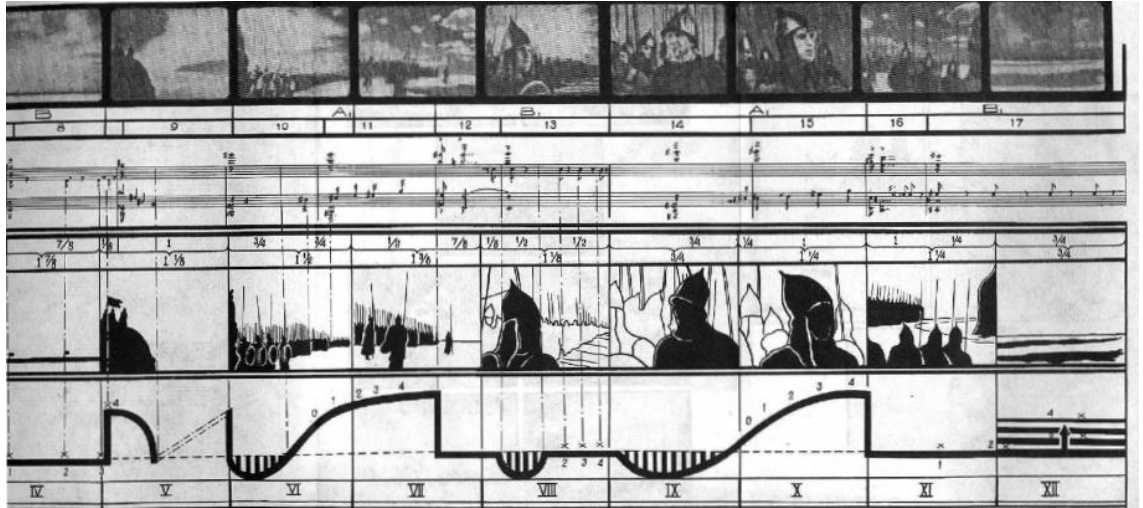


Figura 1 - Extrato de sequência do filme *Alexander Nevsky* de Sergei Eisenstein, 1938 (Buck & Molinari, 2022)

O filme *Alexander Nevsky* (Eisenstein & Vasilev, 1972) foi o projeto onde Eisenstein executou uma montagem cinematográfica que interage com uma partitura orquestral.

O cineasta já viria a demonstrar um grande interesse pelo som e as possibilidades que este oferecia à montagem cinematográfica (Eisenstein et al., 1928). Logo, o seu trabalho neste filme foi complementar um ritmo de montagem a um ritmo orquestral.

No processo desta “montagem vertical” (Eisenstein, 1947), Eisenstein apercebeu-se da interdependência entre o áudio e o visual:

When we turn from this image of the orchestral score to that of the audio-visual score, we find it necessary to add a new part to the instrumental parts: this new part is a "staff" of visuals, succeeding each other and corresponding, according to their own laws, with the movement of the music-and vice versa (Eisenstein, 1947, p. 74).

Podemos então perceber que a Montagem vai para além de um corte contínuo entre brutos. Existem diversas motivações por de trás de um corte.

Porém, é errado pensar que o ritmo de montagem é estabelecido com base uma composição musical. O ritmo de montagem estabelece-se com diversos fatores, que por vezes ignoram a composição musical propositadamente.

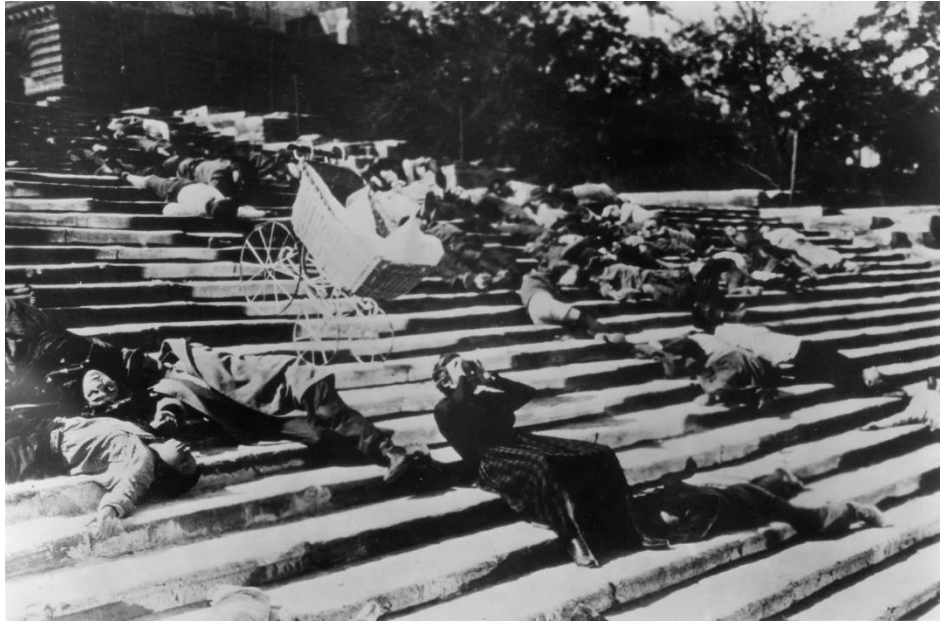


Figura 2 - Frame do filme "Battleship of Potemkin" (Eisenstein, 1925)

O filme "*Battleship of Potemkin*" (Eisenstein, 1925) contém a sequência das escadas de Odessa. Esta sequência, segundo Eisenstein, teve a intenção de estabelecer tensão no espectador com um ritmo catártico:

In this the rhythmic drum of the soldiers' feet as they descend the steps violates all metrical demands. Unsynchronized with the beat of the cutting, this drumming comes in off-beat each time, and the shot itself is entirely different in its solution with each of these appearances. The final pull of tension is supplied by the transfer from the rhythm of the descending feet to another rhythm—a new kind of downward movement—the next intensity level of the same activity—the baby-carriage rolling down the steps. The carriage functions as a directly progressing accelerator of the advancing feet. The stepping descent passes into a rolling descent (Eisenstein & Leyda, 1977, p. 74).

Com isto, entendemos que o ritmo de uma montagem pode diferir do som. Podemos até entender que o som é um mero fator para a designação deste ritmo.

Sendo o som e o ritmo musical fatores para um ritmo de montagem, os restantes fatores que um montador considera no processo de montagem varia entre "performance, composition, texture, color, shape, shot size, movement energy and direction" (Pearlman, 2009).

No fundo, quando falamos de um ritmo de montagem, percecionámos o montador como um “condutor” que compõe o resultado final do produto audiovisual (Pearlman, 2009).

Like choreographers, editors shape the trajectories of movement across shots, scenes, and sequences. We also shape the transitions of movement between the shots. Choreographers and editors both work with the temporal and spatial dynamics of movement. We create a flow of moving images that carries meaning. And, just like choreographers, editors will often describe the way a “change to a single component can affect the entire interacting network of elements” (Pearlman, 2009, p. 34).

A justificação por trás de cada corte feito por um montador varia consoante as diversas características dos brutos que este tem para trabalhar.

Mas, sendo o montador um “condutor” (Pearlman, 2009), o que define a direção que o material recolhido em produção deve seguir? É certo dizer-se que a montagem de, por exemplo, um filme de terror, é diferente da montagem de um filme de comédia.

Mesmo dentro de uma montagem rítmica, se fossemos a ter duas músicas com um instrumental diferente, mas com uma velocidade semelhante, será justo dizer-se que as montagens para ambas músicas vão ser diferentes, apesar de convergirem no ritmo.

Consoante toda a variedade de ritmos e elementos tridimensionais que o montador pode vir a trabalhar, os dois fatores que tomam a decisão de como harmonizar essa recolha, segundo *Walter Murch* (2001), é a emoção e a história.

An ideal cut (for me) is the one that satisfies all the following six criteria at once: 1) it is true to the emotion of the moment; 2) it advances the story; 3) it occurs at a moment that is rhythmically interesting and “right”; 4) it acknowledges what you might call “eye-trace”-the concern with the location and movement of the audience’s focus of interest within the frame; 5) it respects “planarity” – the grammar of three dimensions transposed by photography to two (the questions of stage-line, etc.); 6) and it respects the three-dimensional continuity of the actual space (where people are in the room and in relation to one another) (Murch, 2001, p. 17).

A “Rule of Six” de *Murch* serve como uma base para percebermos a intuitividade por detrás de uma montagem. No fundo, o montador deve constantemente colocar-se na

posição da audiência e questionar o que esta vai experienciar no decorrer da sua montagem (Murch, 2001).

Dentro desta regra, Murch (2001) afirma que os primeiros três fatores (emoção, história e ritmo) tendem a ser os principais, uma vez que um corte onde “*the emotion is right and the story is advances in a unique, interesting way, in the right rhythm, the audience will tend to be unaware of (or unconcerned by) editorial problems*” (Murch, 2001, p. 18), que é o caso dos restantes fatores que este apresenta.

Surge uma nova questão: como é que o montador percebe se a emoção na determinada sequência em que está a trabalhar é a correta?

Por tendência, a emoção de cada cena já se encontra estabelecida pelo realizador. Seja na conceção da ideia e/ou na pré-produção, os brutos que este planeia recolher em fase de produção já procuram atingir um determinado valor emocional.

Logo, cabe ao montador perceber a intenção por detrás dos brutos. Porquê o uso de determinados ângulos de câmara? Se tivermos um sujeito em plano, qual é a sua expressão e o que este contribui para a cena em questão?

Após analisar os brutos recolhidos em produção e de esclarecer com o Realizador os seus objetivos com o produto audiovisual em questão, o trabalho do montador “*is to choose the right images and make those images follow one another at the right rate to express something like what is captured*” (Murch, 2001, p. 28).

E ao perceber a emoção pretendida, é também uma questão do montador colocar-se na perspetiva da audiência e ele próprio conseguir sentir o resultado do seu corte.

Underlying these considerations is the central pre-occupation of a film editor, which should be to put himself/herself in place of the audience. What is the audience going to be thinking at any particular moment? Where are they going to be looking? What do you want them to think about? What do they need to think about? And of course, what do you want them to feel (Murch, 2001, p. 21).

Mas seria redutor afirmar que a emoção é única preocupação do montador durante o processo de pós-produção. Como vimos na “*Rule of Six*” de Murch, o segundo grande objetivo do corte deve ser fazer avançar a história.

Por tendência, de cena para cena, a emoção vai sendo moldada consoante a direção da história que o filme esteja a contar.

A SCENE is an action through conflict in more or less continuous time and space that turns the value-charged condition of a character's life on at least one value with a degree of perceptible significance. Ideally, every scene is a STORY EVENT (McKee, 2010, p. 35)

Tirando partido da estrutura de uma história estabelecida por *Robert McKee*, entendemos que uma “sequência” é um conjunto de cenas, e que cada “cena” estabelece um evento histórico que altera a jornada de determinada personagem (McKee, 2010).

Com uma “cena” a estabelecer um evento histórico, *McKee* também aponta que, para este evento se dar, é necessário uma mudança binária de valores no decorrer desta. Estes valores são “*universal qualities of human experience that may shift from positive to negative, or negative to positive, from one moment to the next*” (McKee, 2010, p. 34).

For example: alive/dead (positive/negative) is a story value, as are love/hate, freedom/slavery, truth/lie, courage/cowardice, loyalty/betrayal, wisdom/stupidity, strength/weakness, excitement/ boredom and so on. All such binary qualities of experience that can reverse their charge at any moment are Story Values. They may be moral, good/evil; ethical, right/wrong; or simply charged with value. Hope/despair is neither moral nor ethical, but we certainly know when we are at one end of the experience or the other (McKee, 2010, p. 34).

Sendo assim, entendemos que uma cena é composta por essa mudança binária de valores. Uma personagem pode começar a cena num estado de felicidade, por exemplo, até receber uma chamada telefónica com uma má notícia (alterando o valor de feliz para triste), mas logo depois encontra uma moeda antiga no chão e reconhece que esta vale muito dinheiro (regressando do valor de tristeza para felicidade).

O que podemos ainda analisar numa cena é o “*Beat*”, o mais pequeno elemento que determina a mudança de comportamento através de uma ação e/ou reação (McKee, 2010).

Considerar estes fatores que determinam o avanço da história é crucial para o montador ajustar o seu corte consoante as diversas mudanças binárias que o decorrer de

uma cena contém, apercebendo-se dos *Beats* e usando o impacto dessas ações/reações para estabelecer um peso emocional que é moldado com um determinado ritmo de montagem.

O processo de montar todos os brutos na pós-produção requer mais do que simplesmente juntar a recolha de forma coerente. Uma montagem nasce da emoção atribuída a determinado audiovisual, nasce da história que se procura contar e nasce no ritmo que avança ambos esses fatores.

É por isso que entendemos que o montador tanto é um “condutor” (Pearlman, 2009) como também um membro da audiência (Murch, 2001).

Este estabelece a “melodia” pretendida através dos brutos recolhidos em produção, onde procura manter uma coerência espacial de corte para corte, mas foca-se essencialmente em conseguir engajar o espetador com a emoção e história atribuída ao produto audiovisual através de ritmos que correspondem com essas intenções.

2.2 Evolução tecnológica e suas influências no trabalho audiovisual

Como foi dito, o montador deve colocar-se no lugar do espetador para conseguir dar forma ao audiovisual em que está a trabalhar em pós-produção. Seguindo este papel, é necessário perceber que o montador, tal como outros trabalhos dentro do campo do audiovisual, tiveram de adaptar o seu trabalho consoante a evolução da tecnologia. Tanto de uma perspetiva técnica como artística.

Cada evolução tecnológica que foi surgindo abriu sempre um novo oceano de possibilidades como também de dificuldades (e dúvidas sobre o uso dessas novas tecnologias).

Na década de 1950, por exemplo, procurou-se quebrar a proporção tradicional de 1.37:1 de uma imagem. Surgiram diversas tentativas, como o *Todd-AO* que de 35mm de película passa para 65mm (resultando em 70mm após a adição de som), ou o *Cinerama* que gravava com três lentes (sendo depois projetado por três projetores) atingindo uma proporção de imagem de 2.85:1 (Thompson & Bordwell, 1994).

No final, o *CinemaScope* viria a dominar como o sistema mais popular para captura de imagem com maior comprimento.

The CinemaScope camera was equipped with an anamorphic lens that took in a wide angle of view but squeezed it onto a strip of 35mm film. The film could be shown by attaching a comparable lens to the projector, which would unsqueeze the picture to create normal-looking images (Thompson & Bordwell, 1994, p. 321).

Filmes como *The Robe* (Koster, 1954) e *How To Marry a Millionaire* (Negulesco, 1954) mostraram esta nova proporção a funcionar. No entanto, existia o medo de que esta proporção pudesse levar a captções de imagem prolongadas (um problema considerando a limitação de gravar em película) e que a montagem desses mesmos filmes tivessem que ser mais lentas de forma a preservar o “*eye-trace*” (Murch, 2001) da audiência (Thompson & Bordwell, 1994).

Esses medos, que se conseguem observar no decorrer desses primeiros filmes, foram superados. E esta nova proporção trouxe uma nova forma estilística à imagem produzida na altura, e que perdura até à atualidade.

O caso do *Cinemascope* é meramente um exemplo de uma revolução tecnológica que procurou engrandecer a experiência audiovisual e que, apesar dos novos desafios que esta trazia, tornou-se num dos padrões de proporção de imagem onde serve o seu propósito estilístico.

Diversas tecnologias surgem na segunda metade do século XX, todas elas sendo marcos históricos para a evolução do trabalho audiovisual. Seja na distribuição com a televisão (onde segundo Thompson & Bordwell, as exibições de filmes em salas de cinema não voltaram a atingir os mesmos números de espetadores que havia antes desta tecnologia), seja na sua conceção com o vídeo digital.

Ao discutirmos evoluções tecnológicas que trouxeram novas formas de trabalhar um produto audiovisual, é essencial discutir o surgimento da captação digital de imagem.

Digital image technology has entered the moving image business quite distinctly in several different areas, using electronic means to reproduce images at higher resolution or with more tonal accuracy than conventional analogue video systems, which suffer in these regards when compared with film (Case, 2013, p. 13).

Com a captação da imagem digital a tornar-se prevalente na indústria audiovisual, uma vez que esta se mostrava mais económica do que película, novas técnicas surgiram de forma a trabalhar as características deste novo formato.

Mas para além das novas técnicas que surgiram, as próprias características da imagem digital levaram a novas opções estilísticas. No caso da pós-produção, montadores conseguiam visualizar o resultado final da mesma maneira que esta viria a ser consumida (por exemplo, televisão) através de cassetes (que continham a conversão da película original (Case, 2013)) ou nos próprios computadores.

Com isto, os montadores começaram a dar ênfase aos detalhes que conseguiam ver nas imagens, como a emoção dos atores em planos fechados, levando a que muitos realizadores se focassem mais em captar isso do que planos mais abertos (Thompson & Bordwell, 1994).

O surgimento da televisão também levou a que houvesse novos estilos, nomeadamente aqueles que procuravam captar a atenção do espetador, de forma que este não mudasse de canal.

Faster cutting, more close-ups, walk-and-talk staging, and free-ranging camera movements around static actors might have resulted from the influence of television, which had to keep interest constantly high to prevent the viewer from changing the channel or leaving the room (Thompson & Bordwell, 1994, p. 689).

A partir do momento em que grande parte da distribuição de filmes tinha como formato o vídeo, a progressão natural por parte dos cineastas da altura foi focarem-se em trabalhar com as características deste formato, incorporando o estilo mais rápido e mexido que era padrão em produtos audiovisuais dedicados para televisão.

2.3 Conteúdo para Web e sua evolução

A televisão foi um marco de uma evolução tecnológica que redefiniu a distribuição audiovisual, e que sucessivamente conduziu para novos estilos nos produtos dedicados à sua plataforma que influenciaram a restante indústria.

No entanto, este não é o único legado que a televisão deixa na indústria audiovisual.

The 1980s are widely lauded for the rise of multinational postindustrial corporations, as well as the widespread use of personal computers in domestic and professional environments (...), and the 1970s were when key computing inventions and innovations occurred, in both academic contexts and by individual computing enthusiasts who “homebrewed” their own devices (Sheila C. Murphy, 2011, p. 46).

Murphy (2011) observa que a chegada do computador pessoal (PC) esteve muito ligada com a televisão num ponto de vista tecnológico. Ambos estavam baseados pela mesma tecnologia, ao ponto em que o desenvolvimento e subsequente criação do computador começou com uma ligação televisiva, tornando a TV num monitor (que levou a uma adaptação rápida e fácil do computador em diversos ambientes domésticos).

Ao ter acesso a um computador, ganha-se o acesso a diversas ferramentas digitais como a produtos de lazer com os videojogos. Mas, é de se apontar que o que viria a transformar esta nova tecnologia é o surgimento da internet e as possibilidades que esta trouxe.

...the comments of former Senator Ted Stevens, who infamously referred to the Internet as a “series of tubes” – calling to mind an imaginary version of the Internet as a fiberoptic mess of tubes and wires. As we see, here tubes are being deployed as metaphors for imagining ways to use the Internet (to “broadcast” one’s self through distribution of video footage online via Youtube, a site with the motto “Broadcast Yourself”), or as the actual “stuff” that comprises the Internet’s networks (Sheila C. Murphy, 2011, p. 46).

A internet captou a atenção pública, ao ponto em que o uso do computador levou a que outros meios de comunicação como jornais, rádios e televisões fossem cada vez menos usados para consumo mediático (Ferguson & Perse, 2000).

Comparado com a televisão a cabo, que já dava ao espetador uma vasta seleção de canais para este consumir, a internet ultrapassa de forma exponencial a oferta da

televisão com a sua diversidade de *websites* que continham diferentes formas de consumo mediático (vídeos, jogos, leitura...).

E, no fundo, o que fez a Internet captar a atenção pública foi precisamente as diferentes plataformas que esta continha para fins de lazer. Num estudo feito por Ferguson & Perse no ano 2000, apontou-se que “*Entertainment accounted for 42.1% of the common variance in the unrotated solution. This factor signaled a use of the WWW motivated by a search for exciting diversion*” (Ferguson & Perse, 2000, p. 163).

Quanto aos conteúdos audiovisuais, se a televisão estabeleceu um estilo mais rápido da forma de imersão do espetador no conteúdo, evitando que este mudasse de canal, o desafio de captar a atenção de uma audiência no espaço *Web* era ainda mais acrescido devido à seleção gigantesca de *websites* ao dispor.

Enquanto canais de televisão se apercebiam do potencial da Internet e de incorporar uma distribuição multiplataforma que disponibilizasse conteúdos televisivos a audiências cibernautas, já existia um grande leque de conteúdos, nomeadamente em *websites* como o *Youtube*.

Dentro da Internet, os diversos websites que disponibilizam vídeos baseiam-se numa estrutura onde grande parte do conteúdo é produzido e distribuído pelo utilizador. A isto, veio-se a chamar de *User Generated Content* (UGC).

The advent of UGC has also reshaped the market of video sharing whereby content is being created by a myriad of users instead of a limited number of media producers. Not only are users increasingly uploading and sharing videos on mainstream social sites such as Youtube and Facebook but also on newer platforms such as Snapchat and Periscope (M. L. Khan, 2017, p. 238).

Esta estrutura é muitas vezes motivada pelos próprios *websites*, ao ponto de utilizadores que conseguiam captar uma maior audiência dentro da plataforma recebiam uma percentagem de monetização publicitária dos seus vídeos. Mas não só era uma questão de quantos espetadores viam o conteúdo, também era uma questão de quanto tempo é que estes ficavam a ver.

Dentro desta estrutura, o mesmo desafio que conteúdos audiovisuais encontravam na televisão foi transportado para a Internet, uma plataforma praticamente infinita de diferentes conteúdos.

Com a motivação monetária oferecida pelos *websites* de vídeo como o *Youtube*, diversos estilos de edição de vídeo surgiram, tendo elas o objetivo comum de manter o espectador engajado com o conteúdo.



Figura 3 - Frame do vídeo "Sobrevivi 50 horas na Antártica!" (MrBeast, 2022)

O criador de conteúdo "*Mr.Beast*" é dos maiores criadores no *Youtube*, com um total 258 milhões de subscritores que acompanham o seu conteúdo no *website* (*Most-Subscribed/Viewed YouTube Channels 2024 | Epidemic Sound, 2024*).

Este criador é reconhecido pela sua edição de vídeo que procura precisamente manter o espectador envolvido com o seu conteúdo, recorrendo a uma montagem dinâmica com diversos cortes a sublinhar cada diálogo ou ação no decorrer do vídeo (com *zoom-in* e *zoom-out* aplicados em pós-produção) juntamente com grafismos que destacam esses momentos como também estabelecem ao espectador informação relevante no decorrer da história (M. U. Khan, 2023).

Este estilo de edição propagou-se em diversos conteúdos de vídeo criados para plataformas digitais, após o observável sucesso do canal que, no momento de escrita, é o segundo canal no *Youtube* com mais subscritores.

Mas este estilo não só viria a encaixar dentro do conteúdo produzido para o *Youtube*. Com o surgimento de plataformas como o *TikTok* e *Instagram Reels*, que se focam na distribuição de conteúdo audiovisual de curta-duração (cerca de 1 a 3 minutos, embora seja possível estender essa duração para 10 minutos), esta montagem de cortes

rápidos e implementação de grafismos animados revelou-se como o estilo predominante para conteúdo produzido para estas plataformas.



Figura 4 - Frame de post de TikTok da RTP (*RTP no TikTok*, 2024)

Já no *Youtube*, canais e programas televisivos partilhavam excertos dos seus programas dentro de uma lógica de distribuição multiplataforma. Estes excertos, tendencialmente, tinham pouca ou nenhuma edição em cima do produto audiovisual criado para televisão.

Mas em plataformas de conteúdo audiovisual de curta-duração, repara-se que existe uma edição propositada para este conteúdo ser envolvente para os utilizadores destas.

A edição presente no vídeo referido remete para reenquadramentos para a proporção de 9:16 (tela vertical) que ilustrem a ação e sucessivas reações. Considerando a proporção, pode-se também notar a intenção de manter as personagens e ação no centro do ecrã.

Para além disso, podemos ver que os cortes nas reações (por exemplo, dos 00:18 até aos 00:20) parecem pertencer ao mesmo enquadramento de câmara, que originalmente está na proporção de 16:9.

Estes cortes remetem precisamente para a intenção de uma montagem mais rápida, com o objetivo de manter o engajamento do utilizador, juntando subtítulos que se sublinham em cada palavra dita no percorrer do vídeo que contêm o mesmo objetivo.

Este formato ainda hoje vem a desenvolver-se, sendo ainda complicado afirmar qual o futuro que esta promete, tanto a nível do audiovisual como do próprio conteúdo. No entanto, esta já vem a fazer parte da estratégia multiplataforma de diversas marcas, organizações e canais de televisão.

3 IDENTIFICAÇÃO DA ENTIDADE DE ESTÁGIO: CANAL180

3.1 Canal180: “Outra história, outra televisão”

O Canal180 começa a sua emissão no 25 de abril de 2011, lançado pela Open Source Television (OSTV), empresa detentora da plataforma fundada em 2010. Tanto o nome da plataforma como da empresa aludem para um único ideal: uma abordagem diferente a nível de conteúdo, aberta para todas as diferentes esferas existentes no campo cultural.

“Sendo um canal colaborativo, a sua programação baseia-se numa rede global de parcerias, como por exemplo, com instituições culturais, festivais de música e meios de comunicação globais como Pitchfork, Primavera Sound, ArchDaily, British Council, Gulbenkian, Serralves, Casa da Música, MAAT” (Ribeiro, 2021, p. 25).

Com a iniciativa de ser um canal restritamente sobre cultura e arte, o Canal180 tem angariado diversas parcerias no decorrer dos anos. Estas parcerias, sendo elas no campo cultural nacional (como a Lovers & Lollypops, Casa da Arquitetura, festivais de música e cinema como o Paredes de Coura e Porto/Post/Doc) ou internacional (como a Pitchfork, The Wrong...), permitem acesso a uma multiplicidade de artistas de diversos campos (cinema, música, arte sonora, arquitetura, cerâmica, fotografia, arte digital...) que resultam nos conteúdos originais criados pelo canal.

O canal televisivo desta plataforma encontra-se disponível nas operadoras NOS, Vodafone e MEO. A sua grelha televisiva consiste nos conteúdos originais do Canal180, como também a rubrica *MAG* (rubrica dedicada a publicitar eventos e atividades culturais a decorrerem em Portugal) e 180 Music (videoclipes de artistas musicais com curadoria da equipa).

A grelha também é preenchida por conteúdos das parcerias do Canal180, como da curadoria da própria equipa que trabalha na plataforma.

Através desta grelha recheada de diversidade estabelecida por uma rede internacional de parceiros no campo cultural e artístico, percebe-se que estes são os pilares para dar asas à frase “Outra história, outra televisão”.

Para além disto, o Canal180 também organiza eventos que ilustram artistas com trabalhos de uma natureza mais experimental (caso da galeria “9:16” estreada no escritório do canal, destacando trabalhos de arte digital criados para a proporção

indicada no nome), ou de juntar estes mesmos artistas e estabelecer um espaço de discussão e colaboração criativa (como o 180 Media Lab que oferece *workshops* e apresentações sobre criação artística e mediática por artistas internacionais, em colaboração com o festival Porto/Post/Doc).

O Canal180 promove uma distribuição multiplataforma dos seus conteúdos. Tem consigo uma forte presença nas redes sociais, principalmente no Youtube e Vimeo (onde são partilhados os conteúdos originais do canal) e Instagram (que assume um papel preponderante, sendo esta a rede principal para promover os conteúdos e eventos do Canal180, ocasionalmente tendo conteúdos originais produzidos apenas para esta rede).

No entanto, por de trás deste projeto que procura amplificar criadores e suas criações, o Canal180 apresenta o traço distinto de também ter um lado comercial, trabalhando com diversas agências de comunicação para a produção de publicidades, coberturas de evento, conteúdo para a comunicação interna de empresas como a GALP ou Vodafone, etc...

Atualmente, o trabalho do Canal180 divide-se em duas partes: o editorial e o comercial.

3.2 O trabalho editorial do Canal180

3.2.1 Conteúdos originais e parcerias

O Canal180 desde a sua fundação estabelece o mote de criar e distribuir conteúdos que divergem da norma cultural, focando-se em diferentes esferas artísticas e em difundir estes trabalhos (e os seus criadores) a uma audiência interessada nestes diferentes nichos.

“Quando foi criado, o Canal 180 tinha como objetivo colmatar algumas falhas existentes na programação cultural nacional generalista. Essas oportunidades prendiam-se, substancialmente, com a programação pouco interessada nos nichos culturais, estando por isso mais voltada para a cultura dita *mainstream*” (Bastos, 2016, p. 68)

Dentro deste mote, diferentes séries originais do Canal180 são produzidas com este propósito. Nomeadamente, a série *180ID*, que começou em 2011 e que se estende até aos dias de hoje como a série principal do Canal180.

Esta série consiste de mini-documentários onde em cada um se explora um artista e o seu trabalho dentro de determinado ofício artístico. Cada episódio, a nível audiovisual, procura explorar as particularidades destes artistas e dos seus trabalhos de maneiras diferentes. Isto leva a que cada episódio do *180ID* seja diferente do próximo. Aquilo que guia a estrutura destes episódios é o próprio artista em questão e o seu trabalho.

O *180ID* é uma série que evoluiu juntamente com o Canal180, tendo como fator a diversidade de artistas que já participaram nesta série. De cineastas como Sara Driver, a fotógrafos como Brian Griffin, a músicos como Frankie Chavez, a arquitetos e artistas plásticos como Didier Faustino, a dançarinos como Lagaet...

Mas enquanto o *180ID* é a série original do Canal180 que demonstra maior plasticidade quanto ao seu formato e conteúdo, as restantes séries originais do canal dedicam-se a aprofundar determinados campos artísticos.

Caso é da série *Freezing Frames*, um conteúdo original focado em cinema, onde são impressos quadros retirados de um dos filmes do realizador em destaque, e este realizador comenta cada quadro consoante a intenção por detrás de determinados enquadramentos, locais...

Alguns conteúdos originais do editorial também surgem através das parcerias que são construídas pelo Canal180. Exemplo disso foi a parceria com a *Pitchfork* em 2014 que resultou no lançamento de uma nova série chamada *DirectorID*.

DirectorID é uma série dedicada a realizadores de videoclipes, onde cada realizador grava a sua própria entrevista, envia para a equipa do Canal180, e é depois editado um episódio a partir das gravações do próprio realizador.

Este formato revelou-se como uma abordagem que permitisse aos próprios realizadores comunicarem o seu trabalho no seu próprio tom, levando a que cada episódio tenha o toque pessoal do realizador em destaque através dos meios (ou circunstâncias) em que este escolheu gravar a sua entrevista.

Em âmbito de parceria, o Canal180 apresenta uma variedade de conteúdos originais que contam a colaboração de diferentes instituições como a We are Europe (na

série *New Activists of European Culture*), *Negative Feedback* (na série *The Unexposed*) e *o gnration* (na série *Jogo Cruzado*).

3.2.2 Distribuição e comunicação digital

O Canal180, ao estabelecer-se como uma televisão aberta ao público, sempre procurou estabelecer o seu espaço no ambiente digital de forma a interagir de forma mais próxima com a sua audiência.

Isto faz com que o Canal180 tenha uma plataforma digital robusta, com os seus conteúdos originais disponíveis no Youtube e Vimeo sob a procura da sua audiência. Esta distribuição multiplataforma fez com que o canal expandisse a sua audiência, alcançando uma audiência internacional fazendo com que a comunicação verbal tivesse de ser em inglês.

Mas dentro das diversas redes (como o Facebook, LinkedIn, X...) o foco da comunicação digital do Canal180 encontra-se na rede social Instagram.

“O Instagram é talvez das plataformas com mais retorno e alcance de atuação do Canal180. Sendo uma plataforma em que a imagem e o vídeo imperam, o Canal180 tem aqui um local para promover os seus trabalhos e desenvolver contactos não só com o seu público, mas com artistas do meio cultural nacional e internacional” (Ribeiro, 2021, p. 40).

Dado as próprias características da rede social, como o facto de que essa audiência internacional não tem acesso ao canal televisivo (o Canal180 apenas transmite em operadoras nacionais), o Instagram veio a tornar-se num dos veículos principais para a comunicação do Canal180.

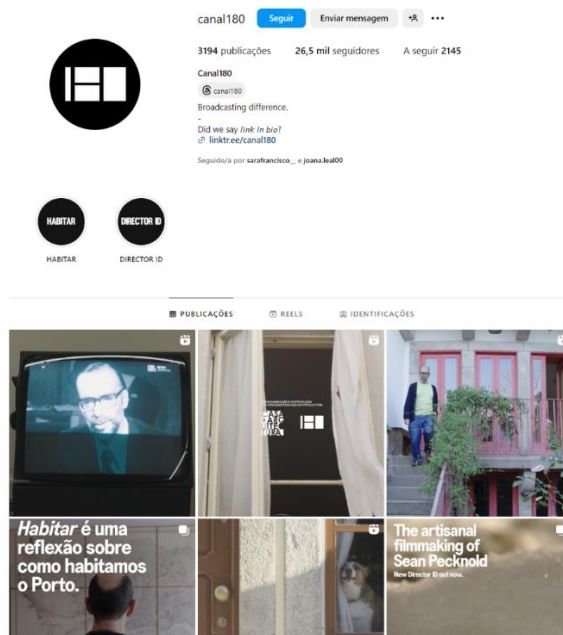


Figura 5 - Perfil do Instagram do Canal180

O Instagram do Canal180 comunica os diversos conteúdos originais produzidos pela equipa, conteúdos integrados na grelha televisiva, eventos organizados pela própria entidade e também conteúdos originais dedicados à própria rede.

Estes conteúdos originais criados apenas para distribuição no Instagram variam entre vídeos e *slides* (uma compilação sequencial de imagens com texto).

O conteúdo original criado para a plataforma de vídeo desta rede, o Instagram Reels, varia entre a cobertura de eventos culturais (exposições, concertos...) de interesse da equipa do Canal180, de eventos e exposições organizados pelo próprio canal como também mini-documentários.



Figura 6 - Promoção de artistas na galeria "9:16", organizado pelo Canal180

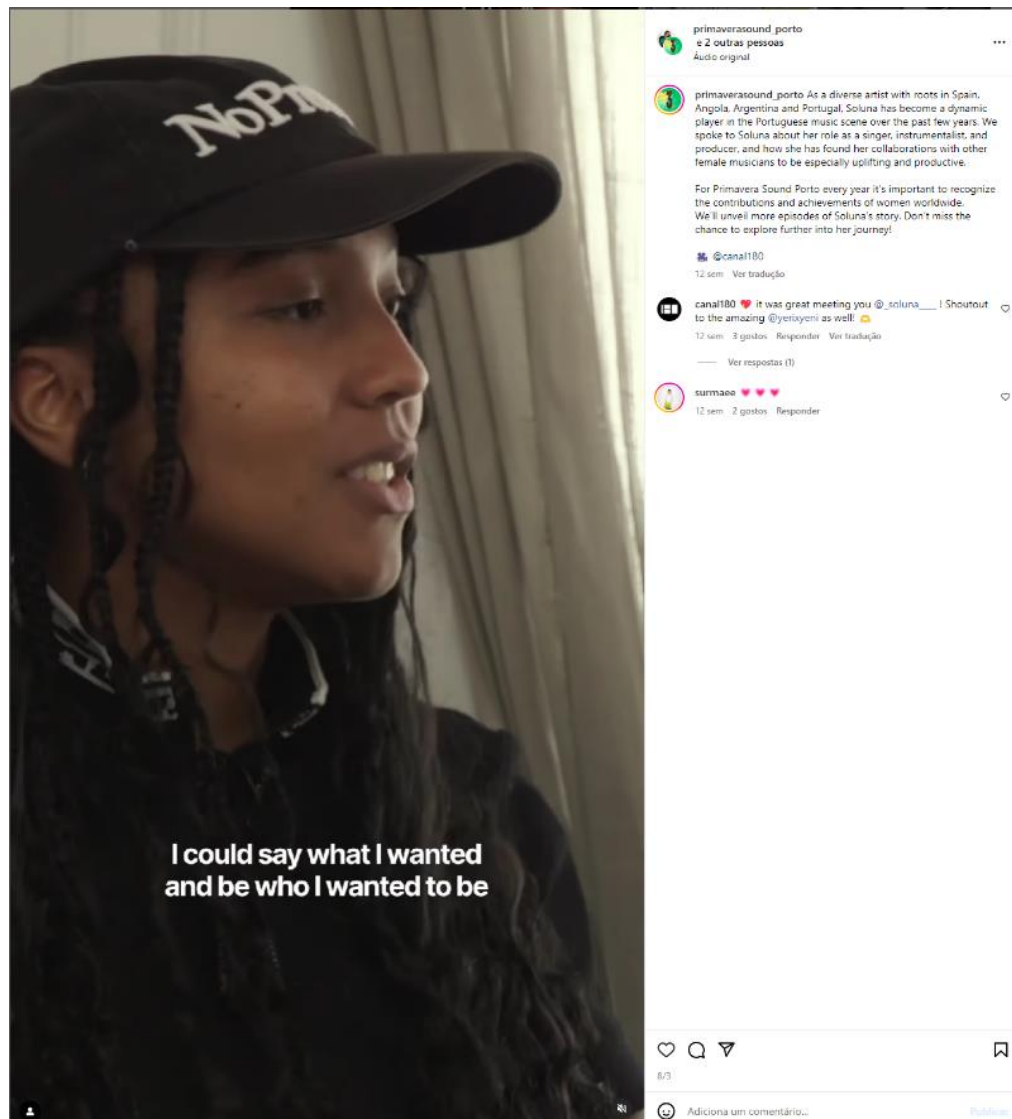


Figura 7 - Mini-documentário sobre a artista Soluna, em parceria com o festival Primavera Sound Porto

Os slides disponíveis no Instagram do Canal180 servem maioritariamente para promover conteúdos originais do canal como também os programas inseridos na grelha televisiva.

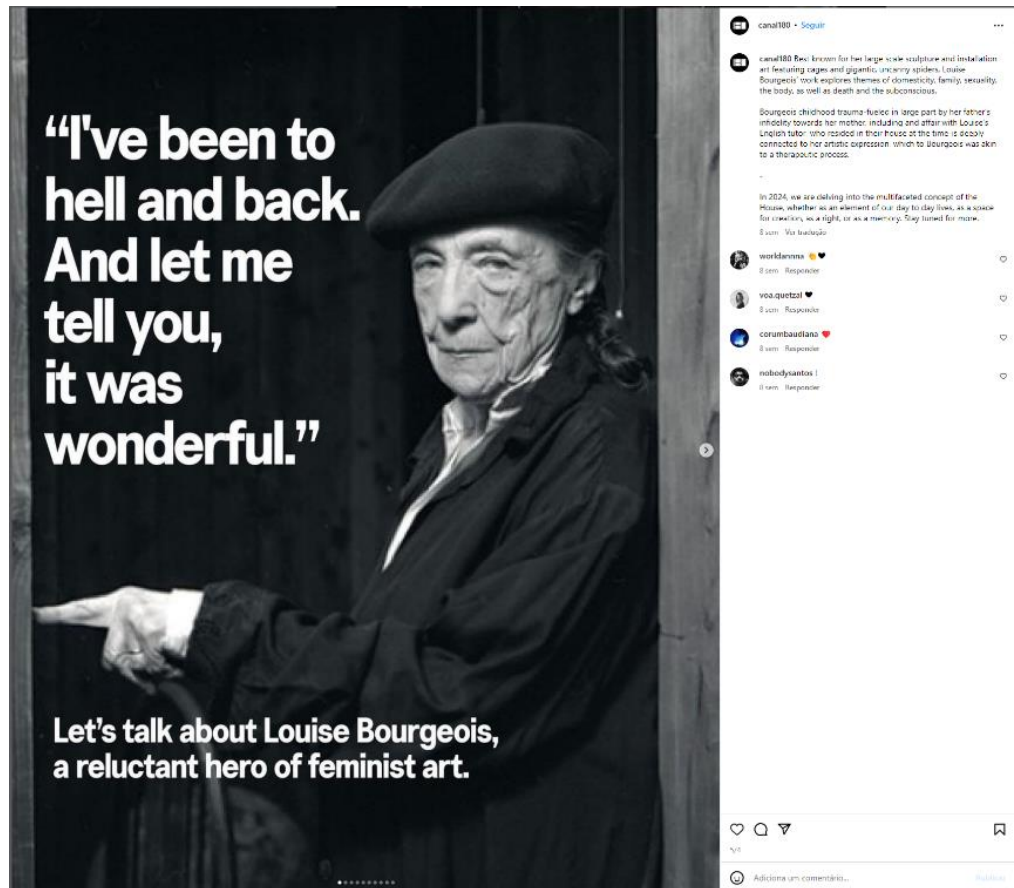


Figura 8 - Slide "Let's Talk About Louise Bourgeois" no Instagram do Canal180

Ainda assim, são partilhados slides que procuram causar a sua própria discussão, dentro da temática de partilhar trabalhos e artistas que advém da curadoria da equipa. Exemplo disso são os “*Let’s Talk About...*” que se focam num só artista, no seu trabalho e na sua mensagem, numa compilação sequencial de dez imagens.

3.3 O trabalho comercial do Canal180

Face ao trabalho editorial do Canal180, este encontra-se também presente na produção audiovisual comercial para clientes. Cada produção exige diferentes abordagens, sendo o objetivo do cliente e o seu orçamento fatores que determinam a preparação necessária para cada projeto.

“...o Canal180 tem como clientes entidades como a NOS, Vodafone, GALP, Cinema Trindade, entre outras, para quem produz vídeos de comunicação interna, spots publicitários, reportagens e documentários. É um trabalho diário, com bastante procura e

que engloba todos os processos de uma produção audiovisual – briefing criativo, brainstorming, criação e gestão de equipas, filmagem, edição, *motion graphics* e aprovação do cliente” (Ribeiro, 2021, p. 30).

Esta segunda face do Canal180 afasta-se do trabalho editorial, que permite aos membros da equipa uma maior liberdade criativa nos conteúdos trabalhados. Mas esta segunda face encontra-se necessária para que o canal tenha continuidade e possa criar os conteúdos originais que oferece (Ribeiro, 2021).

Esta dualidade, estes trabalhos comerciais, na perspetiva interna da equipa do Canal180, são vistos como oportunidades para evoluir a sua própria produção que se traduz em projetos criativos no editorial do canal que refletem esta experiência.

Numa entrevista feita a João Vasconcelos (fundador e atual CEO do Canal180/OSTV) por Carolina Ribeiro (antiga estagiária e membro da equipa), este afirma que “Embora não seja uma relação pacífica, é uma relação benéfica que vai valorizando e criando competitividade, experiência e aprendizagem” (Ribeiro, 2021, p. 30).

4 ESTUDO EMPÍRICO E DESENVOLVIMENTO DO ESTÁGIO CURRICULAR NO CANAL180

4.1 O Canal180 “abre a casa”

O início do estágio curricular no Canal180 cruzou-se com a chegada do realizador chileno Joaquín Mora, que integrou a equipa como Diretor Criativo, focado em estabelecer uma temática editorial para o canal no ano de 2024.

A temática editorial que Joaquín decidiu foi o tema da “Casa”. O trabalho que este previu consoante a temática estipulada foi de refletir sobre a “Casa” como um espaço de liberdade criativa, de intimidade e da política por detrás deste tema face à crise de habitação.

No último trimestre de 2023, onde o meu estágio curricular começou, Joaquín Mora atribui-me diversos trabalhos de preparação para o lançamento desta temática editorial.

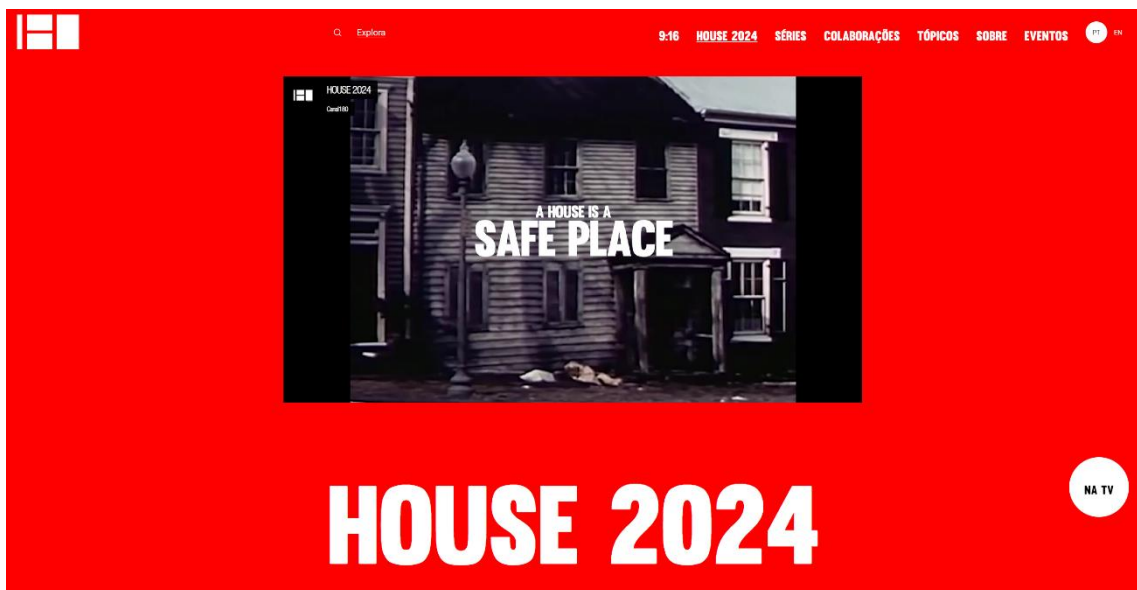


Figura 9 - Página principal do website do Canal180

O primeiro trabalho foi na constituição de um vídeo que, logo em 2024, lançasse este tema editorial. Embora ser um vídeo de pouca duração este foi constituído por imagens de arquivo encontrados na *Web*, imagens de artistas planeados para os conteúdos que iam ser lançados este ano, e filmes como o *The Wizard of Oz* (Fleming & Vidor, 1940).

Trabalhei na recolha destes materiais juntamente com Joaquín, caindo-me depois a responsabilidade de tratar da Montagem.

Com a recolha e um texto escrito por Joaquín, o meu processo de Montagem focou-se, em primeiro lugar, no ritmo. Sendo um vídeo essencialmente construído por uma recolha de diferentes arquivos e filmes, uma montagem ritmada com imagens que acompanhassem a mensagem estipulada pelo texto foi a minha prioridade.

Em função de um texto que reflete as diversas usabilidades que uma casa tem, como também o que ela pode ser, estabeleci um ritmo lento com objetivo a dar um espaço de contemplação perante esta temática.

Quando o texto indica como uma casa é idealizada, construída e depois destruída, selecionei a imagem de uma casa a ser destruída, como um sinal de abertura a pensamentos mais introspetivos sobre a temática. Sucessivamente, a Montagem muda para um ritmo mais acelerado, com uso de diferentes imagens que correspondem às diferentes ideias que podem surgir da “Casa”.

O resultado deste projeto levou a um vídeo que, em primeiro lugar, questiona o espetador sobre o quê que é, objetivamente, uma casa. Na segunda metade, mostra-se aquilo que a “Casa” é num sentido mais introspetivo.

Foi um projeto focado na interligação entre ritmo e história, com uma seleção de imagens que sequencialmente traduziam a emoção pretendida (Murch, 2001).

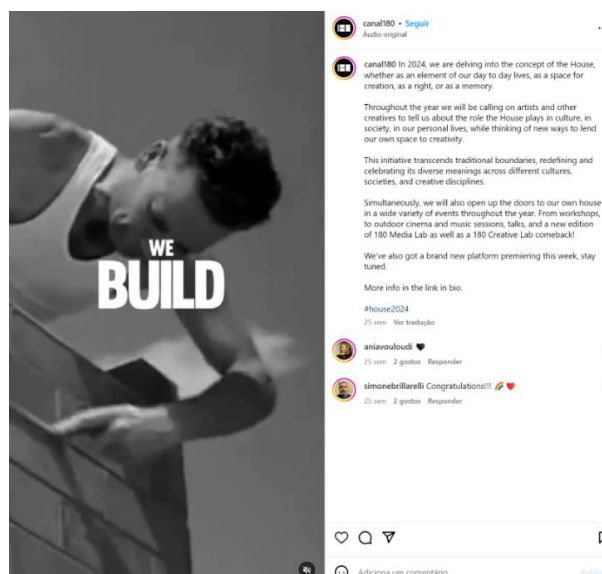


Figura 10 - Post de Instagram do vídeo "Casa"

Ao ter o projeto fechado, numa proporção de 16:9, foi pedido uma adaptação para 9:16 para as redes sociais.

Na adaptação do projeto para uma proporção vertical, tive como prioridade o reenquadramento das imagens, de forma a manter os elementos visuais que considere importantes para o desenvolvimento da mensagem pretendida (por exemplo, enquadrar de forma que seja visível a imagem de um homem a trabalhar numa casa quando o texto se refere à construção).

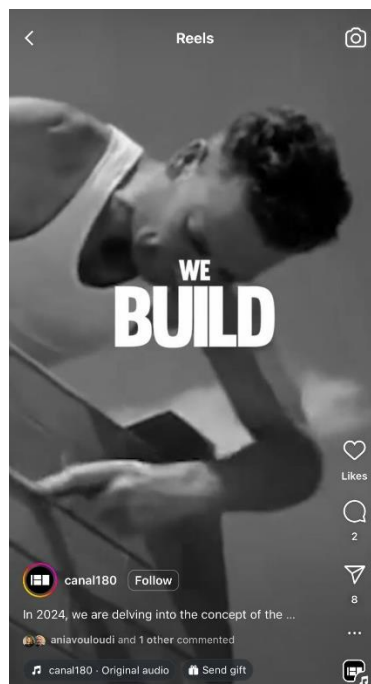


Figura 11 - Post de Instagram Reels do vídeo "Casa"

No entanto, as decisões de reenquadramento também levaram em conta a plataforma digital em que o vídeo, dentro da proporção vertical, ia se encontrar. Consoante a interface do *Instagram Reels* que tende a cobrir, como podemos reparar na Figura 12, a parte de baixo e a lateral direita, os reenquadramentos feitos para esta proporção foram feitos de maneira a que nenhum ponto de interesse visual fosse coberto pela interface.

As imagens foram então reposicionadas para caber num formato mais de “retrato”, mantendo os pontos de foco no centro vídeo.

Face à comunicação do Canal180 ter muito foco nesta plataforma, todos os conteúdos trabalhados para o *Instagram Reels* levam em conta este fator .



Figura 12 - Frame do vídeo "A photographer's love for the mundane and quotidian – 180 ID Ania Vouloudi"

Dentro do trabalho para o lançamento do tema editorial para 2024, começou-se a trabalhar em conteúdos para este ano. Entre eles, episódios da série *180ID*.

Um destes episódios foi focado na fotógrafa grega, Ania Vouloudi, nomeada em 2023 para o prêmio de *Futures Talent* pela plataforma europeia de fotografia *Futures Photography*. O trabalho desta foca-se na intimidade interpessoal, como também nos valores intimistas que esta sente em relação à “Casa”.

As filmagens para este episódio foram feitas pela fotógrafa, juntamente com o seu namorado, onde esta expõe o seu dia a dia. Também gravou um áudio onde discutiu o seu trabalho, tanto a nível introspetivo como plástico.

Como montador, coube-me de pegar na recolha feita pela artista e transformá-la num episódio do programa padrão do Canal180.

O *180ID*, sendo esta série de mini-documentários focada em explorar o universo criativo de cada artista, dá liberdade para diferentes aproximações. Com isto, decidi focar-me essencialmente na intimidade de Ania Vouloudi, e de como isto se reflete no seu trabalho.

Tendo uma vasta recolha feita pela própria artista, foi uma questão de selecionar momentos de filmagens mais intimistas (como a artista a montar luzes de Natal enquanto

o namorado a filma sem ela saber) como também aproveitar histórias pessoais que esta partilhou na entrevista.

Ao estabelecer uma história linear, onde mergulha no seu início dentro da prática artística até à intimidade que esta tem com aqueles que lhe apoiam neste percurso, decidi favorecer uma montagem lenta (com uso de um *zoom-in* lento em certas partes, deixar prolongar determinados momentos das filmagens, músicas de timbre mais calmo...) que estabelecesse uma emoção contemplativa.

Face a esta direção que estabeleci, deixei de lado partes da entrevista que discutiam o seu processo plástico, como o uso que a artista deu a uma câmara pinhole no início do seu trabalho. Embora esta informação pudesse ser interessante, e enquadrar-se no conteúdo típico dos *180ID*, preferi manter o foco na temática criativa da artista uma vez que se correlacionava com o tema editorial da “Casa” do diretor criativo do Canal180.

4.2 Conteúdo “Do You Know... Yet” para Primavera Sound Porto



Figura 13 - Frame do vídeo "Do You Know Pulp Yet?"

Na parceria que o Canal180 tem com o festival de música *Primavera Sound Porto*, foi proposto a criação de um conteúdo curto (entre um e dois minutos) que fizesse uma introdução de quatro artistas que estariam presentes no festival.

Os quatro artistas, selecionados pelo departamento de comunicação do festival, foram *PJ Harvey*, *Pulp*, *Lambchop* e os *The National*.

Os recursos para a criação deste conteúdo consistiram em arquivo do Canal180 de outras edições do festival que tiveram estes artistas presentes, em videoclipes dos próprios artistas e arquivo disponível na internet (nomeadamente entrevistas, documentários, etc...).

Foi-me encarregue o papel de criar estes quatro vídeos, com base os recursos mencionados. Ou seja, neste projeto tratei de fazer a recolha do arquivo e a sua edição de vídeo, para depois passar à equipa de *Motion Graphics* do Canal180 para a finalização do conteúdo.

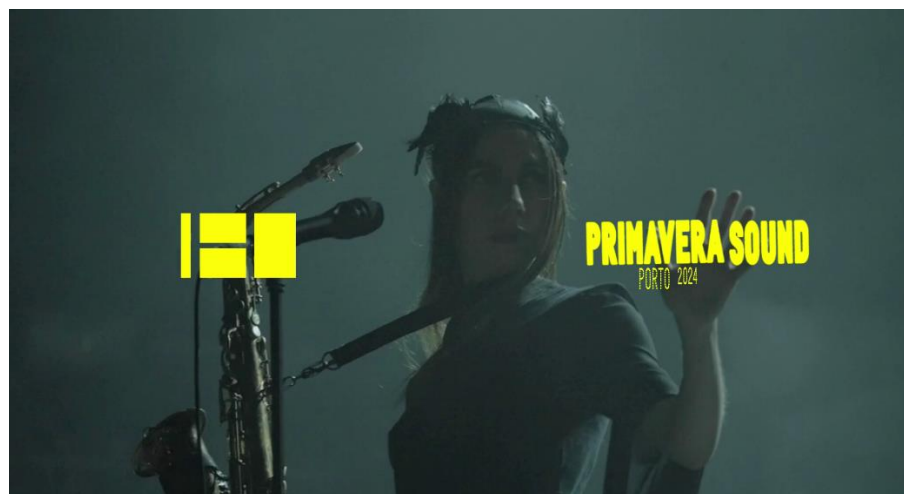


Figura 14 - Frame do vídeo "Do You Know PJ Harvey Yet?"

Face a este projeto, procurei, em primeiro lugar, estabelecer uma estrutura. A estrutura que estabeleci foi de mergulhar em pensamentos mais introspetivos por parte dos artistas, consoante a música que estes fazem, e de concluir no recinto do festival.

O fator comum que os quatro artistas sugeridos pelo festival têm é um extenso percurso musical. Com isto, o processo de recolha não se podia resumir em simplesmente “pegar” em tudo que estivesse disponível deles. Juntamente com a

recolha, houve uma pesquisa sobre estes artistas, na procura de um ângulo que fosse diferente para cada um.

Foi neste processo que estabeleci que o conteúdo da *PJ Harvey* devia focar-se sobre a sua escrita e como esta a compõe, que o conteúdo dos *Pulp* devia focar-se no começo da banda (manifesto que Jarvis Cocker conceptualizou sobre os *Pulp* antes da banda sequer existir), que o conteúdo dos *The National* devia focar-se em renovação artística e na procura de não estagnar criativamente, e que o conteúdo do *Lambchop* devia focar-se em como adaptar-se consoante as novas tendências e tecnologias que surgiram durante a sua carreira.

Tendo estes ângulos, individuais de cada artista, estabelecidos, a recolha feita foi filtrada de forma a encontrar entrevistas, vídeos e imagens que correspondessem com a história que seria contada.

Ao ter a recolha finalizada, o processo de edição resumiu-se em colar aquilo que foi recolhido para resultar num conteúdo coeso, simples e informativo.

No entanto, sendo que grande parte desta recolha foi retirado de arquivo encontrado na internet, muito deste arquivo apresentava diferentes qualidades a nível tanto de imagem como de som.

A nível de som, foi aplicado um filtro *High-pass*, que remove frequências mais baixas e atenua as mais altas, resultando numa sonoridade parecida a um rádio antigo. Isto fez com que o som, nomeadamente das diferentes entrevistas usadas, ficasse homogêneo no percorrer dos vídeos.

A nível de imagem, decidi abraçar as diferentes qualidades, assumindo o arquivo tal como ele era. Todavia, procurei, sempre que possível, manter arquivos da mesma qualidade juntos em determinadas secções dos vídeos, apenas mudando para arquivos de outra qualidade em momentos de transição.

4.3 Trabalho comercial no Canal180

Como referido, o Canal180 divide-se em duas partes: a parte editorial e a parte comercial. Dentro do comercial, o trabalho é na sua essência um serviço ao cliente.

Em contraste com a parte editorial, onde os trabalhos para os conteúdos possuem uma maior liberdade criativa por parte dos membros da equipa, o comercial exige perceber as intenções do cliente e de como executá-las.

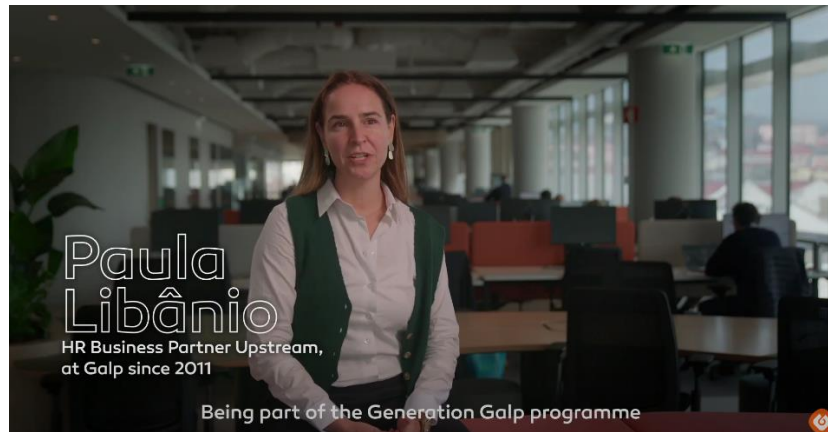


Figura 15 - Frame do vídeo "Generation Galp | 25 Anos. 25 Years"

O primeiro projeto comercial que trabalhei no decorrer do meu estágio curricular teve como cliente a Galp. O projeto em questão foi um vídeo de quase dois minutos de duração que promove o programa de *trainees* da empresa, através de vários testemunhos feitos por antigos e atuais participantes.

A captação consistiu num sistema de multicâmara, havendo um plano aproximado ao tronco, um grande plano do rosto do entrevistado e um plano geral do local onde as filmagens ocorriam.

Foram captadas seis entrevistas, todas divididas por primeiras perguntas mais relaxadas (como, por exemplo, perguntar o quê que levariam para uma ilha deserta) e depois perguntas sobre o programa da empresa.

Sendo um vídeo que promove um programa empresarial dedicado a jovens adultos, a intenção era que este produto apelasse para essa demografia. Favorecia-se um ritmo mais acelerado e espontâneo.

Face a este pedido por parte do cliente, separei as seis entrevistas feitas, e ao vê-las individualmente, separei as respostas que melhor se enquadravam na dinâmica pedida pelo cliente (respostas concretas com discurso eloquente), como também reações dos entrevistados que serviram como plano de corte.

Ao ter a seleção destes momentos feita, uma outra seleção mostrou-se prevalente para executar uma montagem que fosse de encontro com o pedido do cliente: música.

Esta seleção não só era importante para criar um determinado “ambiente” no decorrer do vídeo, mas como também serviria de base rítmica para a Montagem.

Ao ter a música selecionada e ao avançar com a pós-produção, o corte não se definiu pela batida da bateria ou pelos acordes dos instrumentos. O objetivo foi fazer com que o corte seguisse o seu próprio ritmo e dinâmica, face às respostas e momentos recolhidos, de forma a complementar a música.

A lógica de Montagem por detrás deste projeto foi de uma relação interdependente entre a imagem e a música, onde estas complementam-se no percorrer do vídeo consoante as suas próprias características (Eisenstein, 1947).



Figura 16 - Frame do vídeo "Benfica x Emirates - Onde Está a Hospedeira?"

Outro projeto em que assumi o trabalho de montador no meu estágio curricular foi numa ativação que promoveu a parceria entre o *Sport Lisboa e Benfica* e a *Emirates*.

Esta ativação aconteceu durante um intervalo de um jogo de futebol do clube, onde os adeptos tiveram que procurar com os seus telemóveis uma das quatro hospedeiras da *Emirates* que estavam sentadas na bancada. O prêmio atribuído ao adepto vencedor foi de dois voos para o Dubai.

A captação de vídeo desta ativação foi contruída com seis câmaras: quatro câmaras ao lado das hospedeiras enquanto estas estão nas bancadas (a captar a chegada delas, a reação dos adeptos...) e duas câmaras em campo onde estiveram a simular a

procura dos adeptos pela hospedeira (através de *pans* rápidos e de *zoom-ins* nas hospedeiras).

Na pós-produção deste vídeo, que cobriu desde a chegada das hospedeiras até ao anúncio do adepto vencedor, comecei por analisar a recolha feita e a separá-la em categorias. Estas categorias eram definidas pelos momentos que estavam a captar (chegada das hospedeiras, adeptos à procura...).

Ao ter uma seleção feita e categorizada, dividi o vídeo por três partes consoante as diferentes emoções que cada momento pedia: A chegada das hospedeiras e o anúncio da ativação (mistério, “o quê que vem aí?”); A procura pelas hospedeiras (ansiedade e suspense); Anúncio do adepto vencedor (felicidade).



Figura 17 - Frame do vídeo "Benfica x Emirates - Onde Está a Hospedeira?"

Dentro desta divisão, o processo da Montagem consistiu na construção de uma sequência lógica da recolha para o desenvolvimento da história com ritmos de corte que acompanhavam a emoção de cada parte até à mudança binária de valores que levavam a próxima parte (McKee, 2010) (por exemplo, do anúncio da ativação à procura, temos a contagem decrescente da hospedeira).

Quanto aos ritmos trabalhados, em comparação com o projeto em que trabalhei para a Galp, não recorri a cortes mais rápidos e de acordo com a música. Neste projeto, optei por dar predominância aos movimentos de câmara (principalmente na parte da procura pelas hospedeiras).

Devido à natureza da captação, as câmaras não estavam estabilizadas em diversos momentos. Esta falta de estabilização mostrou-se crucial para a montagem da procura dos adeptos pelas hospedeiras, criando desta maneira uma perspetiva quase em primeira pessoa dessa mesma procura.

O que ditou o corte e o ritmo foi precisamente estes movimentos de câmara quase “acidentais”, onde a sequência baseou-se em combinar imagens que se condiziam a nível de reações e ações dos adeptos (um adepto está com o telemóvel, cortamos para outro plano de outro adepto com telemóvel) e a nível do movimento de câmara (num plano, a câmara é ligeiramente movimentada para a esquerda, o corte é feito para um plano onde esta movimenta-se para a direita, criando um certo “caos” visual que estabelece ansiedade).

O corte deste projeto reflete as palavras de Karen Pearlman, no sentido em que houve uma maior preocupação em fazer uma Montagem que combinasse composição, movimento e energia (Pearlman, 2009).

5 CONCLUSÃO

O estágio curricular realizado no Canal180 provou-se frutífero face às minhas intenções de explorar novas linguagens dentro do campo da comunicação audiovisual, como montador.

A pós-produção de conteúdos digitais, que foi uma atividade constante nos primeiros meses do estágio, serviu de espaço para colocar em prática técnicas e sensibilidades necessárias para trabalhos dedicados a estas plataformas (como a questão da interface).

Os “*Do You Know... Yet?*”, que consistiu na criação de um conteúdo com um arco narratológico baseado em arquivos disponíveis pela entidade acolhedora e pela Internet, permitiram a implementação de princípios narratológicos a nível de montagem que levou ao desenvolvimento de uma linguagem comum entre os diferentes episódios trabalhados.

A vertente comercial do Canal180 contribuiu para o desenvolvimento de projetos mais diferenciados, que exigiam por si só uma nova abordagem de montagem que fosse de encontro com as expectativas dos clientes. A capacidade de interpretar as intenções que estes tinham consoante os diferentes projetos foi um elemento-chave que consegui adquirir dentro da dinâmica comercial que a entidade acolhedora tem.

Entre tendências e desenvolvimento tecnológico, o Canal180 demonstra especial atenção a estas evoluções que as linguagens audiovisuais tendem a ter ao longo do tempo. Sendo isto um interesse que é comum entre os integrantes da equipa.

O meu interesse e pensamento crítico perante estas questões resultou num estágio curricular que terminou com uma oferta de trabalho pela entidade acolhedora, tendo agora a chance de continuar a explorar esta vertente dentro de um contexto profissional.

Face às novas linguagens que costumam surgir dentro da comunicação audiovisual, é de acreditar que o estudo aprofundado sobre esta matéria deve focalizar-se nas diferentes abordagens que determinado conteúdo deve ter face à plataforma em que esta é distribuída.

Com a necessidade de uma distribuição multiplataforma por parte da comunicação estratégia de conteúdos, o domínio destas diferentes linguagens

audiovisuais nunca foi tão prevalente. Um entendimento sobre as diferentes plataformas de distribuição existentes e a linguagem audiovisual mais comum dentro desta plataforma (por exemplo, a diferença entre conteúdos do *Youtube* com conteúdos do *TikTok*) é uma capacidade que o montador deve adquirir.

A experiência de um estágio curricular no Canal180 desenvolveu precisamente essa capacidade, ao ter um trabalho comercial muito ligado às exigências atuais da indústria audiovisual. Mas para além dessa capacidade, o trabalho editorial do Canal180, aberto à experimentação de novas linguagens e formatos, deu espaço para desenvolver uma aproximação criativa própria consoante os diferentes projetos que são desenvolvidos.

Existe equilíbrio entre o conhecimento técnico e criatividade dentro do Canal180, e estes dois fatores permanecem em constante expansão face aos diferentes projetos que são trabalhados. Esta perspetiva é, na minha opinião, a maior competência adquirida no decorrer deste estágio.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bastos, M. I. F. (2016). *Programação cultural na televisão portuguesa—O caso do Canal 180 da OSTV*. <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/86017>
- Buck, D., & Molinari, C. (2022). A Picturesque vertical montage: Auditory and visual sequences at Rousham garden. *Landscape Research*, 47, 1–16. <https://doi.org/10.1080/01426397.2022.2045263>
- Case, D. (2013). *Film Technology in Post Production*. Taylor & Francis.
- Eisenstein, S. (Diretor). (1925, maio 19). *Bronenosets Potyomkin* [Drama, History, Thriller]. Mosfilm.
- Eisenstein, S. (1947). *The Film Sense*. Harcourt, Brace.
- Eisenstein, S., & Leyda, J. (1977). *Film form: Essays in film theory*. Harcourt, Brace & World.
- Eisenstein, S., Pudovkin, V., & Alexandrov, G. (1928). A Statement. *Zhizn Iskusstva*.
- Eisenstein, S., & Vasilev, D. (Diretores). (1972, novembro 28). *Aleksandr Nevskiy* [Action, Biography, Drama]. Mosfilm.
- Ferguson, D. A., & Perse, E. M. (2000). The World Wide Web as a Functional Alternative to Television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 155–174. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402_1
- Fleming, V., & Vidor, K. (Diretores). (1940, dezembro 13). *The Wizard of Oz* [Adventure, Family, Fantasy]. Metro-Goldwyn-Mayer (MGM).

- Khan, M. L. (2017). Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube? *Computers in Human Behavior*, 66, 236–247. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.024>
- Khan, M. U. (2023, agosto 24). Unlock the Secrets: Mastering Mr. Beast's Video Editing Techniques for Epic Content Creation. *Medium*. <https://medium.com/@umer52980/unlock-the-secrets-mastering-mr-beasts-video-editing-techniques-for-epic-content-creation-94e3b4f5fe82>
- Koster, H. (Diretor). (1954, março 15). *The Robe* [Drama, History, Romance]. Twentieth Century Fox.
- McKee, R. (2010). *Story: Style, Structure, Substance, and the Principles of Screenwriting*. Harper Collins.
- Most-subscribed/viewed YouTube channels 2024 | Epidemic Sound*. (2024, maio 16). This Is the Epidemic Sound Blog | Epidemic Sound. <https://www.epidemicsound.com/blog/most-subscribed-and-viewed-youtube-channels/>
- MrBeast (Diretor). (2022, dezembro 24). *Sobrevivi 50 Horas na Antártica!* <https://www.youtube.com/watch?v=7IKab3HcfFk>
- Murch, W. (2001). *In the Blink of an Eye: A Perspective on Film Editing*. Silman-James Press.
- Negulesco, J. (Diretor). (1954, maio 17). *How to Marry a Millionaire* [Comedy, Drama, Romance]. Twentieth Century Fox.
- Pearlman, K. (2009). *Cutting Rhythms: Shaping the Film Edit*. Focal Press/Elsevier.

Ribeiro, C. C. F. da S. F. (2021). *O uso de multiplataformas audiovisuais num canal de televisão: Estágio no Canal180 / OSTV* [masterThesis].
<https://recipp.ipp.pt/handle/10400.22/18964>

RTP no TikTok. (2024, março 22). TikTok.
https://www.tiktok.com/@rtppt/video/7349165764928163104?_t=8mlJCC4qvRJ&_r=1

Sheila C. Murphy. (2011). *How Television Invented New Media*. Rutgers University Press.
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,shib&db=e000bww&AN=433404&lang=pt-pt&site=eds-live&scope=site>

Thompson, K., & Bordwell, D. (1994). *Film History: An Introduction*.
<https://www.mheducation.com/highered/product/film-history-introduction-thompson-bordwell/M9781260837476.html>