



Instituto Politécnico de Tomar

Escola Superior de Tecnologia de Tomar

Desenvolvimento de Conteúdos Interativos para a aplicação Sou Cidadão

Relatório de Estágio

Adriana Filipa Oliveira dos Reis

Mestrado em Produção de Conteúdos Digitais

Tomar/Novembro/2017



Instituto Politécnico de Tomar

Escola Superior de Tecnologia de Tomar

Adriana Filipa Oliveira dos Reis

Desenvolvimento de Conteúdos Interativos para a aplicação Sou Cidadão

Relatório de Estágio

Orientado por:
Doutora Sandra Vilas Boas Jardim (IPT)

Orientador Cooperante:
Engenheiro Nuno Miquelina (Compta Business Solutions)

Relatório de Estágio apresentada ao
Instituto Politécnico de Tomar para cumprimento
dos requisitos necessários à obtenção do grau
Mestre em Produção de Conteúdos Digitais

Resumo

Numa atualidade onde a criação de conteúdos digitais se torna cada vez mais importante, as empresas começam a apostar mais na criatividade como fator diferenciador na promoção dos seus produtos/serviços. A comunicação na *web* tem agora um papel fundamental. Este relatório de estágio centra-se na realização de conteúdos digitais para a aplicação “Sou Cidadão” da empresa *Compta*. Um estágio-projeto realizado num período de 9 meses.

O propósito deste projeto é claro. Passa pela criação de uma imagem base da aplicação, bem como de vários conteúdos distintos que permitam ao público compreender o seu funcionamento e utilização.

Palavras-chave: Conteúdos Digitais, aplicação, comunicação digital, web

ABSTRACT

In a moment whose creation of digital content becomes increasingly important, companies are starting to bet more on the creative side as promotion of their products / services. Communication on the web now plays a key role. This internship report focuses on the realization of content for the application "Sou Cidadão" of *Compta*. An internship-project carried out for 9 months.

The purpose of this project is clear. It goes through the creation of a basic image of the application, as well as several different contents that allow the public to understand its operation and use.

Keywords: Digital Content, application, digital communication, web

Agradecimentos

Agradeço, em especial, o apoio da parte da professora Sandra Jardim, tanto pela oportunidade de integrar este projeto, como todo o apoio ao longo do Mestrado. Estou também grata à restante equipa da Compta, por me ter integrado neste projeto que se encontra em constante crescimento.

Índice

Capítulo I: Introdução.....	1
1.1 Motivação	1
1.2 Visão Geral	2
1.2.1 Caracterização da empresa Compta	2
1.2.2 A Aplicação Sou Cidadão	3
1.3 Enquadramento Teórico.....	4
1.3.1 Marketing Digital	4
1.3.2 A importância da criação de conteúdos digitais.....	5
1.4 Organização do documento	7
Capítulo II: Produção de Conteúdos Digitais	8
2.1 Produção de Vídeo.....	8
2.1.1 Pré-produção vídeo	8
2.1.2 Produção: Vídeo.....	14
2.1.3 Pós-produção (edição, correção de cor)	17
2.2 Fotografia.....	21
Capítulo III: Técnicas e Metodologias	25
3.1 Adobe Photoshop Pro	25
3.2 Adobe Premiere Pro.....	26
Capítulo IV: Desenvolvimento	28
4.1 Conceção e produção do vídeo promocional da aplicação Sou Cidadão.....	28
4.1.1 Guião	29
4.1.2 Storyboard	30
4.1.3 Captação de Imagens.....	31
4.1.4 Montagem.....	31
4.1.5 Correção de Cor	32
4.1.6 Exportação.....	33
4.2 Imagem base para vídeos demonstrativos.....	34
4.3 Fotografia.....	35
Capítulo V: Resultados.....	39
Capítulo VI: Conclusões e Trabalho Futuro.....	42
Referências	43

Índice de Figuras

Figura 1 - Logo COMPTA. Fonte: Compta	2
Figura 2 - Logo "Sou Cidadão". Fonte: Compta	3
Figura 3 - Imagem ilustrativa de criação de conteúdos digitais. Fonte: Driven Local.....	6
Figura 4 – Pirâmide das etapas fundamentais da estrutura dramática. Fonte: Shmoop, adaptado de “Technik des Dramas” (1863).....	11
Figura 5 – Ilustração da Regra dos 180 ° Fonte: ChangeMedia	18
Figura 6 - Curvas RGB. Fonte: Adobe Premiere.....	20
Figura 7 - Abertura/Diafragma. Fonte: Ramos e Sousa (2008)	23
Figura 8 - Exemplo de um histograma. Fonte: Ramos e Sousa (2008).....	23
Figura 9 - Gradient Editor no Adobe Photoshop. Fonte: Adobe Photoshop	26
Figura 10 - Aspeto do software Adobe Premiere Pro. Fonte: Adobe Premiere	27
Figura 11 - Excerto do guião criado. Fonte: Autor.....	29
Figura 12 – Exemplo Storyboard Sketch 1. Fonte: Autor	30
Figura 13 – Exemplo Storyboard Sketch 2. Fonte: Autor	30
Figura 14 – Edição no software Adobe Premiere. Fonte: Adobe Premiere	31
Figura 15 – Correção de cor no Adobe Premiere. Fonte: Autor.....	32
Figura 16 - Exportação do software Adobe Premiere. Fonte: Adobe Premiere	33
Figura 17 - Imagem base. Fonte: Autor.....	34
Figura 18 - Exemplo de Fotografias (Antes e depois da edição). Fonte: Autor	35
Figura 19 - Outro exemplo, fotografia representativa dos “Eventos”, já editada. Fonte: Autor.....	36
Figura 20 – Visualização da imagem criada para a funcionalidade “Notícias” no site da app “Sou Cidadão”. Fonte: Sou Cidadão.....	37
Figura 21 - Visualização da imagem criada para a funcionalidade “Ocorrências” no site da app “Sou Cidadão”. Fonte: Sou Cidadão.....	37
Figura 22 - Visualização da imagem criada para a funcionalidade “Recolha de Monos e Verdes” no site da app “Sou Cidadão”. Fonte: Sou Cidadão	38
Figura 23 - Plano inicial que faz a introdução à aplicação. Fonte: Autor	39
Figura 24 - Demonstração de ocorrências (registá-las e descobrir outras). Fonte: Autor	39
Figura 25 – Função referendo. Fonte: Autor	40

Figura 26 - Exemplificação do funcionamento do orçamento participativo. Fonte: Autor	
.....	40
Figura 27 - Vídeo no site oficial da app. Fonte: Sou Cidadão.....	41

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Narrativa/Tempo.....	10
Tabela 2 - Diafragma/Tempo de Obturação. Fonte: Ramos e Sousa (2008)	22

Índice de Abreviaturas e Siglas

ISO Sensibilidade fotográfica

DIN *Standard* alemão para ISO

ASA Escala de sensibilidade fotográfica ISO, criada nos Estados Unidos da América, mas encontra-se em desuso

APP Aplicação

RAW Formato de arquivo digital que contém a totalidade dos dados da imagem tal como foi captada pelo sensor da câmara fotográfica

Capítulo I: Introdução

Ao longo do estágio foi necessário aplicar conhecimentos previamente adquiridos ao longo do mestrado, bem como os adquiridos na licenciatura em Vídeo e Cinema Documental. Foi também importante aprofundar outros temas, sobre os quais tinha tido algum contacto mas ainda assim não os “dominava”. Tudo isto de modo a conseguir concretizar os objetivos imediatamente propostos no início do estágio.

1.1 Motivação

O presente relatório descreve os diferentes conteúdos e fases de criação de conteúdos para a aplicação Sou Cidadão da empresa Compta, ao longo do estágio. A integração neste projeto surgiu da proposta e necessidade da parte da empresa na realização de vários conteúdos que promovam e melhorem a aplicação ainda em constante desenvolvimento e melhoria. Estes conteúdos passam, tanto pela criação de uma imagem base, como pela criação de vídeos e outros conteúdos que melhorem a relação do utilizador com a aplicação.

Objetivos e resultados esperados:

- Elaboração de conteúdos de *Marketing*
- Elaboração de vídeos promocionais a colocar no site e email institucional e newsletter
- Produção de vídeos, e respetivos guiões, nas suas diversas fases de produção, de ajudas sobre as funcionalidades do site
- Elaboração de vídeos de ajudas sobre as funcionalidades da aplicação móvel
- Elaboração de um canal de *youtube* com vídeos sobre a plataforma e a sua usabilidade no dia-a-dia
- Produção de vídeos para enriquecimento dos canais de comunicação social.

1.2 Visão Geral

1.2.1 Caracterização da empresa Compta



Figura 1 - Logo COMPTA. Fonte: Compta

Surgiu, da parte da empresa *Compta* uma proposta de desenvolvimento de conteúdos interativos, multiplataforma e multimédia para ambientes web necessários para uma aplicação específica, desenvolvida e ainda em desenvolvimento pela empresa: a aplicação *Sou Cidadão*.

A *Compta* é uma empresa portuguesa com mais de 44 anos na atividade nas áreas de Telecomunicações e Sistemas de Informação.

Esta aplicação em concreto (*Sou Cidadão*) visa aproximar a autarquia dos cidadãos através de um canal digital que possibilita um contacto interativo por via da circulação de informação, eventos e ainda registo de ocorrências.

O facto do projeto *Sou Cidadão* se encontrar numa fase de expansão de serviços e comunicações com o exterior, fez com que se tornasse essencial a existência de conteúdos visuais e web. Isto porque existe um grande interesse da parte de Câmaras e Juntas neste projeto, e, por isso mesmo, é essencial desenvolver uma campanha de comunicação a nível nacional, para que o produto chegue mais depressa ao cliente final.

Os conteúdos desenvolvidos são publicados em plataformas oficiais da *Compta*, tais como o site oficial da aplicação, redes sociais, etc. Assim, os conteúdos criados e produzidos são expostos ao mercado, e terão como principal objetivo demonstrar o modo de funcionamento do produto selecionado para este projeto, transmitido de forma interativa e apelativa.

1.2.2 A Aplicação Sou Cidadão



Figura 2 - Logo "Sou Cidadão". Fonte: Compta

A aplicação Sou Cidadão visa unir o cidadão à autarquia, criando um novo e melhorado acesso às questões sociais da cidade onde o cidadão se encontra. Isto é, ter, à distância de um clique, o poder de opinar, decidir ou mesmo denunciar determinadas situações no dia-a-dia, como é o caso da funcionalidade do registo e visualização de ocorrências em determinada cidade.

“Ter a junta no bolso.”

Existem oito diferentes e importantes funcionalidades a mencionar na aplicação:

- **Referendo:** onde o cidadão tem a possibilidade de votar se concorda ou não com determinada alteração a ser feita na sua Junta;
- **Orçamento Participativo:** onde é possível sugerir, votar e participar ativamente.
- **Notícias:** visualizar as notícias na zona onde se insere o cidadão;
- **Contactos Úteis:** contactos essenciais para qualquer emergência: bombeiros, hospitais, polícia, etc;
- **Recolha de Monstros e Verdes:** a possibilidade de marcar a recolha de velhos eletrodomésticos e verdes;
- **Registo de Animais:** registar o animal de estimação através de uns simples passos;
- **Eventos:** consultar os eventos a decorrer e agendados perto do cidadão;
- **Ocorrências existentes:** descobrir ocorrências de modo a evitar ser prejudicado, bem como fazer o registo de alguma ocorrência.

Posto isto, era essencial o Sou cidadão ter uma imagem definida, bem como, ter cada funcionalidade devidamente ilustrada. O objetivo passa pela criação de conteúdos criativos e de fácil compreensão para o público melhor compreender o conceito da aplicação, bem como cativar o interesse em querer utilizá-lo.

1.3 Enquadramento Teórico

“The Web is more a social creation than a technical one. I designed it for a social effect - to help people work together - and not as a technical toy”
(Berners-Lee, 1999) (Fundador da World Wide Web)

A internet tem, cada vez mais, um papel fundamental na vida de qualquer pessoa. É inevitável uma pessoa utilizar a internet diariamente ou muito regularmente na sua vida. É uma tecnologia em constante crescimento e evolução, tendo uma importância enorme na divulgação dos mais variados conteúdos.

“A revolução associada à rápida popularidade da Internet tem gerado impactos no ambiente de negócios. Inicialmente empregada como uma alternativa para o marketing e divulgação, as estratégias de uso da Internet no cenário organizacional global e competitivo diversificaram-se de forma surpreendente”. (Grabrieli, 2006)

Assim, a internet torna-se uma ferramenta essencial em qualquer empresa, desde as mais pequenas às maiores, pelo simples facto de ser de fácil e comum acesso a todos.

1.3.1 Marketing Digital

Com o aparecimento da internet, surgiram novas ferramentas de comunicação online e de recolha de informação, alterando todo o modo de comunicar e interagir, bem como de obter informação. O *Marketing Digital* é definido como a utilização de tecnologias digitais para criar uma comunicação integrada de forma a ajudar a adquirir e reter consumidores e clientes (Greg Babayans, 2005)

O *Marketing Digital* permite, atualmente, a qualquer empresa manter o seu próprio website e plataformas digitais, controlando toda a ação e comportamento dos clientes em tempo real, aprendendo e percebendo as preferências dos mesmos. Assim, com estes meios de comunicação e de recolha de informação, existe uma diferente abordagem e aproximação do cliente, o que conduz a elevados níveis de interatividade e resultados rápidos. Deste modo, o marketing digital é importantíssimo para qualquer empresa.

As melhores estratégias de *marketing digital* passam pela produção de conteúdos digitais, o que é algo essencial para apresentar ao público o conteúdo da marca em questão.

Após a produção dos conteúdos é importante fazer a publicação dos mesmos bem como fazer uma promoção para atingirem um maior público. As redes sociais são uma das principais plataformas para fazer esta mesma “promoção de conteúdos”.

1.3.2 A importância da criação de conteúdos digitais

As imagens e vídeos ganharam um papel fundamental no mercado da comunicação e do marketing. A importância da utilização do vídeo em televisão sempre foi inquestionável, mas atualmente essa estratégia tem-se tornado uma alternativa ainda mais eficaz no meio digital. Perante este cenário, é importante repensar estratégias de divulgação de determinados produtos e serviços, atendendo às necessidades do público-alvo.



Figura 3 - Imagem ilustrativa de criação de conteúdos digitais. Fonte: Driven Local

Atualmente, as páginas de *web* com mais acessos são aquelas que permitem visualizar e disponibilizar vídeos. Isto torna-se importante em qualquer área. A criatividade permite passar mensagens de formas simples e diretas que devem ser apelativas para quem está a visualizar. Alguns exemplos de vídeos que ajudam em qualquer campanha:

- **Vídeos de apresentação:** aumentam a credibilidade e visibilidade do produto/serviço;
- **Vídeos institucionais:** oferece a possibilidade de transmitir o conceito do produto/serviço bem como a possibilidade de se diferenciar do que já existe no mercado;
- **Depoimentos:** vídeos com depoimentos podem aumentar a confiança naquilo que se quer transmitir, mostrando a experiência de alguém;
- **Tutoriais:** qualquer pessoa prefere ver um vídeo que explica determinado funcionamento ao invés de ler textos ou manuais. Os recursos visuais auxiliam o entendimento do público.

1.4 Organização do documento

Este relatório encontra-se dividido em seis capítulos. O primeiro foca-se na introdução, contextualizando o projeto/estágio, a empresa, a aplicação e os objetivos pretendidos no projeto onde se insere o trabalho desenvolvido.

O capítulo II foca-se nas diferentes áreas abrangidas, e, no terceiro, as metodologias e técnicas. No capítulo IV é descrito o desenvolvimento e no V são apresentados os resultados. Por fim, no último capítulo é feita uma reflexão acerca das conclusões e do trabalho futuro.

Capítulo II: Produção de Conteúdos Digitais

Ao falar na produção de conteúdos digitais, falamos na estratégia de educar, informar ou entreter um futuro cliente por meio de um conteúdo interativo. Seja ele um vídeo, uma aplicação, ou qualquer outro tipo de criação digital.

2.1 Produção de Vídeo

2.1.1 Pré-produção vídeo

A Pré-produção caracteriza-se pelo processo prévio, isto é, o processo de pesquisa necessário para atingir o fim pretendido.

Passos essenciais na Pré-produção:

- Definição da ideia/*Brainstorming*;
- *Logline/Story-line*/Sinopse;
- Estrutura;
- Guião Técnico;
- Guião Literário;
- *Storyboard*

Definição da Ideia/Brainstorming

É aqui que se define o que iremos comunicar, é importante discutir e explorar a nossa capacidade criativa, daí o chamado “*brainstorming*”. Deste modo, o grupo responsável pela criação de um determinado conteúdo (neste caso um vídeo), reúne-se, partilhando as suas ideias inovadoras, debatendo as mesmas de modo a gerar novas ideias e chegar a um consenso sobre de onde partir e que meio atingir.

É um processo essencial, especialmente trabalhando em equipa.

Para uma melhor organização de ideias, o ideal é manter um registo atualizado. Escrever e fazer listas com todas as ideias e tópicos que possam surgir (personagens, cores, ações, lugares, objetos, etc). Posto isto, partimos para a análise.

Analisar/Definir:

- Qual o tema?
- Quais os principais elementos?
- O que diferencia o meu filme daquilo que já foi feito?
- O que influencia o meu filme (referências)?
- Evidenciar os pontos fortes e mascarar os pontos fracos.

As ideias:

- Têm de ser relevantes para nós;
- Relevantes para terceiros;
- Originais;
- De fácil compreensão e explicação.
- Adaptadas ao meio em questão (televisão, cinema, web...)

Logline/Storyline/Sinopse

Uma *logline* deve descrever em apenas um parágrafo 3 elementos: protagonista, objetivo e obstáculo. Este parágrafo deverá ser sintético e deve concentrar o essencial da história, de modo a quem lê perceba o enredo e se mostre interessado. A *storyline* consiste na descrição da ideia em poucas linhas e deve apresentar de forma sucinta o conflito da narrativa.

- Apresentação do conflito;
- Desenvolvimento do conflito;
- Resolução do conflito.

Ao contrário da *logline*, a *storyline* já pressupõe que o resumo incorpore o princípio, o desenvolvimento e o fim de uma história.

A sinopse é uma versão mais detalhada da *storyline*, um resumo longo e profundo de um trabalho que descreve o seu conteúdo do início ao fim. Tem o intuito de descrever sumariamente a história e os seus intervenientes. Normalmente pode-se dividir a estrutura de uma sinopse pela própria estrutura da história. Geralmente, uma curta-metragem apresenta uma sinopse de uma página, enquanto que uma longa-metragem entre duas a três páginas. A leitura da sinopse deverá permitir ao leitor compreender toda a história, bem como os seus protagonistas e a sua ação.

- Quando (tempo)
- Onde (localização)
- Quem (protagonista, personagens, antagonista, componente dramática)
- Qual (estória e a sua ação)

Deste modo, a linguagem da sinopse deverá ser clara, mas dinâmica, escrevendo-se sempre na 3ª pessoa do singular.

Estrutura

Refere-se ao modo como a narrativa será contada e mostrada à audiência. A sua disposição e relações farão com que a história possa ser contada de diferentes formas.

Podem ser feitas reorganizações da estrutura narrativa da seguinte forma:

- Sequência
- Cena
- Plano

A estrutura da estória (Dancyger, 2011) pode variar ao nível da narrativa e do tempo:

Narrativa:	Tempo:
Linear Simples	Tempo Fiel
Linear Intercalada	Tempo Condensado
In Media Res	Tempo Dilatado
Inclusiva	<i>Flashbacks</i>
Inversão Temporal	<i>Flashforwards</i>
Paralela	

Tabela 1 – Narrativa/Tempo. Fonte: Autor

É nesta fase de desenvolvimento que se realiza o processo de divisão da estória e relações entre os diversos momentos.

Sequências > Sequências em Cenas > Cenas em Planos

Estas escolhas e organização farão com que o impacto na visualização da estória seja diferente.

Uma estrutura dramática depreende momentos distintos no seu desenvolvimento. Este pode apresentar 5 momentos (Freytag, 1863):

- Situação Inicial
- Elevação da Ação
- Clímax
- Declínio da Ação
- Desenlace

As etapas fundamentais da estrutura dramática: situação inicial, clímax e desenlace podem ser geridos de diferentes formas.

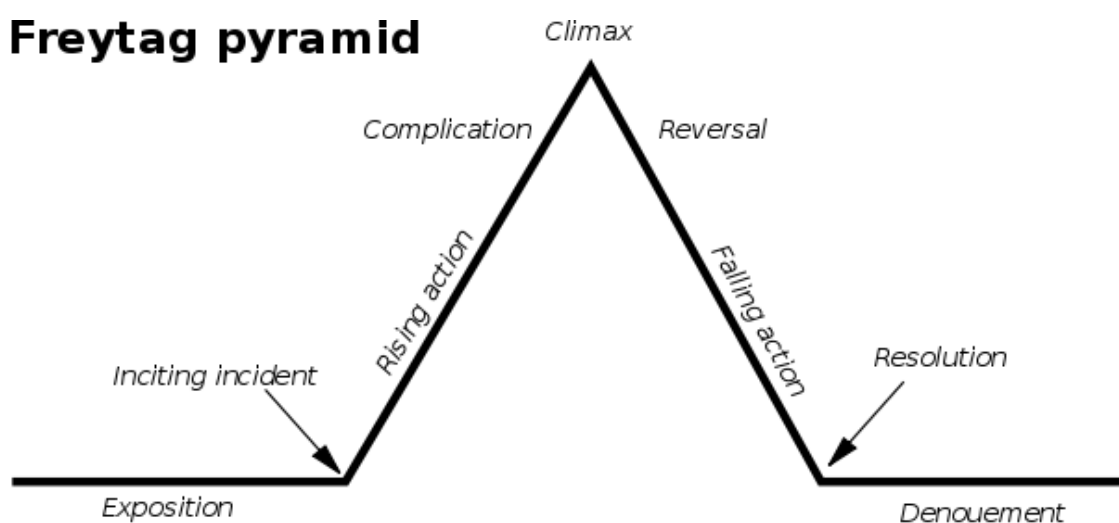


Figura 4 – Pirâmide das etapas fundamentais da estrutura dramática. Fonte: Shmoop, adaptado de “Technik des Dramas” (1863)

Guião Literário

É no guião literário que se faz uma descrição pormenorizada do conteúdo de uma obra. Ou seja, consiste em descrever detalhadamente a narrativa do conteúdo audiovisual a ser produzido. Deve-se descrever, de um modo sequencial, as cenas que compõem o conteúdo audiovisual, e dentro de cada cena deve conter as ações e diálogos, bem como os aspetos visíveis e audíveis.

Normalmente, uma página de guião corresponde a um minuto de filme. Um formato de guião pode variar, no entanto devem ter em comum:

- A identificação sequencial das sequências e cenas da estória;
- A identificação das personagens (se houver) e as ações protagonizadas dentro de cada plano;
- Diálogos e a referencia dos elementos visuais e sonoros.

Regras a cumprir:

1. Caracterização da cena (Cabeçalho com a informação sobre onde se passa a cena);
 - Indicar o espaço (INTerior ou EXTerior)
 - O local (Sala, Escritório, Rua, etc) e descrição (opcional) (na rua ao virar da esquina...)
 - DIA ou NOITE
2. Ação (Descrição visual da situação e das ações dos personagens envolvidos em cena). É importante descrever atitudes e não pensamentos.
3. Nome do personagem (deve aparecer em maiúsculas e centrado)

V.O (Voz-Off) – Voz de alguém que não está presente no cenário (não diegético);

O.S (Off-Screen) – Voz de alguém não presente fisicamente no plano (diegético).

4. Diálogos (deve vir alinhado à esquerda, mas ao centro da personagem ou narrador). Deve incluir todo o discurso a ser dito pelos personagens e pode incluir notas para a entoação ou forma de leitura do diálogo;
5. Transições (em maiúscula e alinhado normalmente à direita);
6. Outras Indicações – Quando existem indicações que se quer realçar para quem lê ou para os elementos da equipa, deve-se colocar essas palavras em maiúsculas. Algumas indicações técnicas também podem ser colocadas no guião literário com o tipo de planos a serem utilizados. No entanto, esse tipo de indicações deverá ser mais pormenorizado no guião técnico ou no *storyboard*.

Softwares de apoio

Existem vários *softwares* de apoio à redação de guiões, tais como:

- *Final Draft*
- *Celtx*
- *Scrivener*
- *Highland*

Guião Técnico

É aqui onde são feitas as especificações técnicas do conteúdo audiovisual. É o documento com tais referências técnicas do conteúdo a produzir e que deverá ser idealizado de modo a conceber o *storyboard*.

Por vezes, um guião literário pode ter algumas especificações técnicas, no entanto estas deverão ser mais pormenorizadas no guião técnico. Normalmente deve incluir os seguintes elementos:

- Descrição do plano (tipo de plano, ângulo da câmara, movimento de câmara, pequena descrição...);
- Dias e locais de filmagem e material a utilizar;
- Áudio a utilizar (Diálogos, sons a captar, música a introduzir posteriormente, etc.);
- Observações (Descrições que acham necessárias incluir como ajuda).

Storyboard

É no *storyboard* que se faz uma representação visual dos planos e cenas. Funciona como um complemento visual ao guião técnico, onde se representam os diversos planos e/ou cenas. Enquanto um guião literário define o enredo, estrutura e ritmo geral da estória, no *storyboard* define-se a interpretação visual de cada plano. Não é necessário ser um desenhador/artista para se conseguir um bom *storyboard*, este tem é de ser explicativo e funcional para o grupo de trabalho.

Existem diversos *templates*, mas essencialmente estes devem:

- Identificar e referenciar a cena e o plano;
- Referenciar a dimensão e formato de output (4:3, 16:9, HD etc...);
- Incorporar dados técnicos e literários (diálogos significativos, movimentos de câmara, etc.).

Por vezes, dependendo da complexidade da pré-produção, podem ser incluídos vários documentos de planificação num só *storyboard*.

2.1.2 Produção: Vídeo

É nesta fase que a pré-produção começa a ganhar forma. É aqui onde as imagens começam a ser captadas, as animações (se for o caso) são produzidas, tal como os efeitos sonoros, vozes-off, etc. Assim, todo o material bruto é preparado para a próxima fase: a pós-produção.

Relativamente à captação de imagens, é necessário seguir a organização feita na pré-produção, especialmente no que se refere a filmagens com terceiros, onde são necessários contactos e autorizações, seja para filmar em espaços públicos, como pela imagem das pessoas, bem como as deslocações a serem feitas. Desse modo, é necessário priorizar datas de gravações com os devidos agendamentos. Todos estes pormenores deverão ser seguidos no Guião Técnico, onde, à partida, estará tudo devidamente organizado e planeado. Claro que, é normal ser necessário fazer alterações durante todo o processo de produção.

- **Regra dos Três Terços**

Dividimos o ecrã em 3 partes e centramos a visão na 1ª linha. Esta regra é também válida para paisagens. De modo a existir um equilíbrio, coloca-se a linha do horizonte na primeira linha. Estas regras não são exigidas, mas são as mais utilizadas quando se procura um resultado estético convencional.

- **Espaço de Ação do Personagem**

Se a ação ou a atenção do personagem está virada para uma determinada direção (esquerda ou direita do ecrã), o plano deverá dar mais espaço nessa mesma direção. Esse princípio é válido para todos os planos e formatos (ficção, documentário ou animação).

Tipos de Planos (Roy Thompson, 2009) (Marner, 1980)

- **Planos Gerais** (Plano Geral e Plano Conjunto)

Plano Geral: é o plano mais aberto, onde a informação predominante é o cenário. A sua função é dizer-nos a localização dos personagens (se existirem). Nele, o elemento humano é menos importante que o ambiente.

Plano Conjunto: é o plano onde o principal é um conjunto. Nele, a ênfase está na interação entre os personagens. A figura humana é mostrada por completo, e procura-se o registo de uma comunicação corporal entre eles. No entanto, ainda são visíveis muitas referências do cenário.

- **Planos Médios** (Plano aproximado de Tronco e Plano aproximado de Peito)

Normalmente são de valor narrativo, uma vez que o ambiente é colocado em segundo plano, e o objeto ou pessoa é o centro da atenção. É o tipo de plano mais utilizado no jornalismo e nas cenas de diálogo.

- **Planos Próximos** (Grande Plano e Muito Grande Plano)

O seu objetivo é a emoção do personagem, onde se vê claramente a expressão facial. É muito usado na narração. O Grande Plano foca-se na cara do personagem, muito utilizado para pôr em evidência a personalidade. No Muito Grande Plano isola-se uma parte do rosto e de grande força expressiva.

- **Plano Americano**

Era essencialmente utilizado em westerns, onde se faz o enquadramento do joelho para cima. Tem caído em desuso.

- **Plano de Pormenor**

Detalhe de alguma parte de um corpo ou objeto, com o objetivo de dar maior interesse visual à cena em questão.

Ângulos de Filmagens (Steven Ascher, 2012)

- **Picado / Plongée:** Câmara colocada a um nível mais alto. Pretende diminuir a força ou mostrar a personagem mais débil;

- Ângulo Normal: Serve para enquadramento do plano e é puramente estático. Visão objetiva;
- Contrapicado / *Contre-Plongée*: Câmara colocada a um nível mais baixo. O ângulo provoca o aumento de estatura e importância de uma personagem tornando-o mais dominante e forte;
- Frontal: A Câmara está em linha reta;
- Perfil: A Câmara forma um ângulo de 90° com o que está a ser filmado;
- ¾: A Câmara forma um ângulo de aproximadamente 45°;
- Trás: A Câmara aparece atrás do personagem ou objeto.

Movimentos

- Movimento dentro do plano: com a camera parada, os elementos do plano deslocam-se do mesmo;
- Movimentos de objetiva: Através da objetiva de uma câmara é possível modificar o ângulo visual, ou aproximando a imagem (zoom in) ou afastando a imagem (zoom out). Pode-se também utilizar a técnica de *rack focus* (efeito criado focando um elemento da imagem que está em primeiro ou segundo plano, após ter a imagem permanecida focada no plano oposto durante um determinado tempo).
- Movimentos de câmara: Panorâmica Horizontal/Panorâmica Vertical – a câmara gira sobre o seu próprio eixo, quer horizontal, como verticalmente;
- Travelling: desloca-se a câmara através de um suporte, utilizando algum veículo e utilizar a câmara à mão ou utilizar o próprio veículo com estabilizador.

Autorizações/Permissões

Se forem feitas filmagens que envolvam entrevistas a pessoas, gravações de determinados eventos ou espaços cuja autorização seja necessária, é nesta fase de produção que devem ser recolhidos. Este documento deverá ter uma validade jurídica com a devida informação e, caso envolva menores de idade, deverá incluir uma autorização da parte dos encarregados de educação.

2.1.3 Pós-produção (edição, correção de cor)

É na pós-produção que se finaliza o trabalho fazendo toda a montagem e edição necessária. Após visualizar todos os brutos, são escolhidos os melhores para passar ao processo de edição e posteriormente às correções finais.

Montagem

É a arte de contar histórias (*storytelling*) através do encadeamento coerente de planos, cenas e sequências. As junções destes elementos formam uma obra audiovisual (filme, curta-metragem, spot publicitário, etc). É a arte de montar e editar uma obra audiovisual que torna esta arte diferente de outras artes como a pintura, fotografia ou dança. D.W. Griffith foi um dos primeiros realizadores que inventou novas formas de contar histórias a partir dos principais elementos cinematográficos (plano, corte, cena, sequência...) (Dancyger, 2011). Graças a ele, existem algumas regras a nível de montagem que ainda hoje se aplicam:

- Regra dos 180°;
- Montagem paralela;
- Movimentos de câmara

(Eisenstein, 1929) Sergei Eisenstein, considerado o maior teórico da montagem, afirmou que a montagem é dividida em 5 tipos:

- **Montagem Métrica** - Relaciona-se com a duração de cada um dos planos. O encurtar dos planos diminui o tempo que o público tem para absorver a informação. Por exemplo, planos mais curtos podem criar uma sequência mais intensa;
- **Montagem Rítmica** - Continuidade visual entre os planos. As ações e entradas e saídas do plano são exemplos da montagem rítmica;
- **Montagem Tonal** - A escolha dos planos têm o intuito de estabelecer uma característica emocional à cena ou sequência;
- **Montagem Atonal** - Conjugação das montagens métrica, rítmica e tonal;
- **Montagem Intelectual** - Inserir simbologias e ideias de modo a tornar a montagem mais intelectual.

A continuidade da narrativa pode ser assegurada por ligações credíveis nas passagens entre planos. A essas continuidades designamos de *Raccords*.

Os *Raccords* podem ser:

1. **De movimento ou ação:** estão relacionados com as continuidades em relação ao ângulo, escala e direção do plano. São várias as regras ou sugestões a serem seguidas.
2. **De elementos Fixos:** estão relacionados com os elementos que estão presentes num determinado cenário terão de estar presentes também no seguinte.
3. **Técnicos:** estão relacionados com diferenças ao nível de luz, som e utilização de câmaras diferentes.

- **Regra dos 180°** (campo/contracampo).

Regra que permite evitar planos cruzados. Para uma determinada continuidade de planos deve-se traçar uma linha imaginária em que a câmara nunca deve passar. Assim as personagens e os elementos encontram-se sempre do mesmo lado do ecrã.

- **Regra dos 30°** (ângulo de visão ou escala)

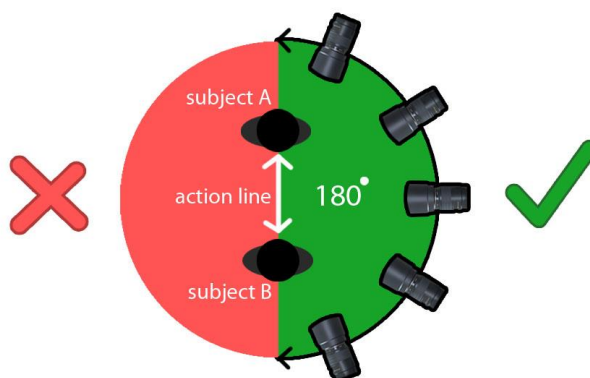


Figura 5 – Ilustração da Regra dos 180 ° Fonte: ChangeMedia

Regra que permite evitar planos semelhantes, dando assim a sensação de corte. Assim, em planos semelhantes deve-se usar um ângulo sempre superior a 30° de modo a que na montagem não exista a sensação de corte.

- **Movimento de personagens** (direção, gesto, olhar)

Deve haver sempre continuidade de um determinado, gesto, olhar ou exemplo.

- **Elipse:** é uma técnica utilizada na montagem para condensar o tempo de ação, tornando assim a narrativa menos pesada. A elipse tem o intuito de suprimir determinados acontecimentos resumindo assim a ação.

Regras de Corte e Montagem

- *Match Out:* diz respeito à continuidade de uma ação de um plano para o outro, isto é, o começo de um movimento num plano e a sua continuidade no seguinte;
- *Jump Cut:* diz respeito ao corte de continuidade de uma ação de um plano para o outro, isto é, sente-se o corte abrupto existente, interrompendo assim o fluxo da ação;
- *Cutaways:* intercala planos entre a ação principal com planos que apesar de não se enquadrarem na ação principal sugerem algum tipo de acontecimento que poderá ocorrer
- *Cut-in:* semelhante ao cutaways só que em vez de desviar o espectador para uma ação fora do plano é utilizado um close-up sobre um objeto ou situação que pertence ao enquadramento do plano com a ação principal.
- *Cross Cutting:* utilizando dois planos distintos (espaços diferentes) mas relacionados entre si, cria um sentimento de simultaneidade e relação entre eles. (Murch, 2001)

Correção/Tratamento de cor

A correção de cor passa por um conjunto de processos e operações utilizadas para manipular as características lumínicas e cromáticas de material de vídeo e imagem. É o processo onde cada *clip* é manualmente tratado para obter uma boa exposição e balanço de luz.

Operações de correção de cor (Team, 2013):

- *Brightness/Contrast*
- *Curves*
- *Levels*
- *Hue/Saturation*
- *Change to color*
- *Leave color*
- *CC Toner, etc*

A correção de cor tem vários fins, tais como:

- Fazer coincidir a luz e cor de planos filmados em diferentes alturas;
- Acentuar/diminuir a cor de elementos/personagens de um plano;
- Destacar um elemento/personagem contido num plano;
- Modificar a fotografia e o aspeto cromático de um filme ou vídeo.

Os *softwares* mais comuns para fazer correção de cor são o *After Effects* e o *Speed Grade*, sendo que o *After Effects* tem algumas vantagens no que respeita a *plugins*. É também possível fazer uma correção no software de edição de vídeo *Adobe Premiere*.

Para uma correção de cor é interessante fazer um ajuste dos tons primordiais que são corrigidos através de brilho e contraste. O *plugin* mais utilizado é o *Curves*, onde se pode movimentar as devidas correções através de uma linha, dando ajustes de brilho em movimentos ascendentes e de contraste em movimentos descendentes para baixo.

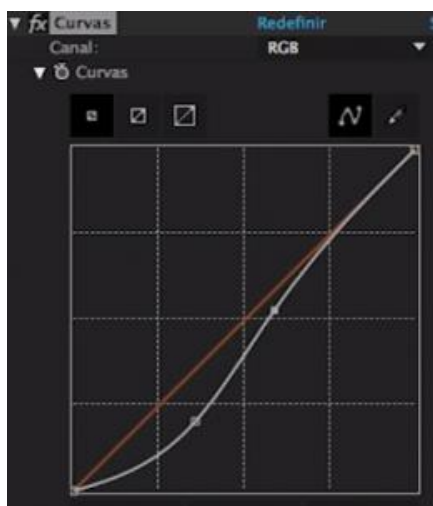


Figura 6 - Curvas RGB. Fonte: Adobe Premiere

Para fazer ajustes dos tons de cor *RGB*, utiliza-se o *Levels*, que permite trabalhar individualmente com cada tom *RGB*, juntamente com a *Hue Saturation* que permite reduzir a saturação e excesso de cor que na maioria das vezes ocorre pela correção de cores no *Levels*.

Não existem regras a seguir neste processo de correção. O importante é atingir o objetivo desejado por parte de quem realiza a tarefa.

2.2 Fotografia

A fotografia é uma imagem produzida através de uma câmara fotográfica. Qualquer imagem gerada por qualquer câmara, mesmo sendo a câmara mais básica ou a câmara mais avançada, tanto captada digitalmente ou em filme, pode ser chamada de fotografia. Ao utilizar uma câmara fotográfica mais avançada, é necessário ter algumas noções de modo a ser possível fotografar aquilo que nós queremos e não o que a câmara quer. Estas noções passam pela luz, exposição, velocidade do obturador, abertura e profundidade de campo. Todos estes conceitos apenas podem ser manipulados usando os modos manuais de qualquer câmara profissional.

Qualquer fotografia é a combinação de uma determinada velocidade com uma determinada abertura.

Luz

Ao fotografar é importante conhecer a luz com que se está a trabalhar, seja ela natural ou artificial. É até possível fazer uma combinação de ambas. Este acabar por ser o conceito mais importante pois todos os outros estão diretamente conectados à Luz.

Exposição

É a quantidade de luz captada pelo sensor da câmara. Com demasiada luz a foto fica sobre-exposta e perde o detalhe nas partes mais claras. Com pouca luz a foto fica sub-exposta e perde definição nas partes mais escuras. Com a quantidade de luz certa é possível conseguir uma exposição equilibrada.

Três variáveis do triângulo de exposição:

- a abertura (f/stop) – para manipular a profundidade de campo (zona de foco da fotografia);
- o tempo de exposição – para determinar se os objetos em movimento estarão em foco ou desfocados;
- a sensibilidade ISO.

Diafragma	f/1	f/1.4	f/2	f/2.8	f/4	f/5.6	f/8	f/11	f/16	f/22	f/32	f/45	f/64
Tempo de Obtenção	1/4000s	1/2000s	1/1000s	1/500s	1/250s	1/125s	1/60s	1/30s	1/15s	1/8s	1/4s	1/2s	1 s

$$E = I \times t \text{ (Exposição = Intensidade X Tempo) (Souido, 2008)}$$

Tabela 2 - Diafragma/Tempo de Obtenção. Fonte: Ramos e Sousa (2008)

Velocidade do Obturador

A velocidade do obturador ou tempo de exposição define o período de tempo que deixamos o sensor da máquina exposto à luz. Sempre que pressionamos o botão do obturador estamos a abrir uma "cortina" à frente do sensor de forma a deixar a luz passar e captar a imagem. Os valores podem estar apresentados deste modo: 1/30, 1/60, 1/125 ou 1/1000. Este valor representa o tempo em segundos, que o sensor está exposto à luz. Normalmente é uma fração de segundo mas pode ser de vários segundos, minutos e até horas. Este valor vai influencia a fotografia obtida de dois modos:

- Quando mais tempo a “cortina” estiver aberta, mais luz é captada pelo sensor e, quanto mais luz, mais exposta (clara) fica a fotografia. O dobro do tempo deixa entrar o dobro da luz.
- A velocidade também é responsável pela forma na qual os objetos ficam gravados na imagem.

Uma fotografia a alta velocidade (por exemplo 1/4000), “congela” determinado objeto/elemento. Enquanto que uma fotografia a baixa velocidade (por exemplo 1/8) cria um efeito “fantasma” de arrasto, em que tudo que se move na imagem fica com aspeto arrastado.

Abertura/Diafragma

Refere-se à abertura do diafragma da lente. A representação numérica da abertura segue a sequência f/1.4, f/2, f/2.8, f/4, f/5.6, etc.

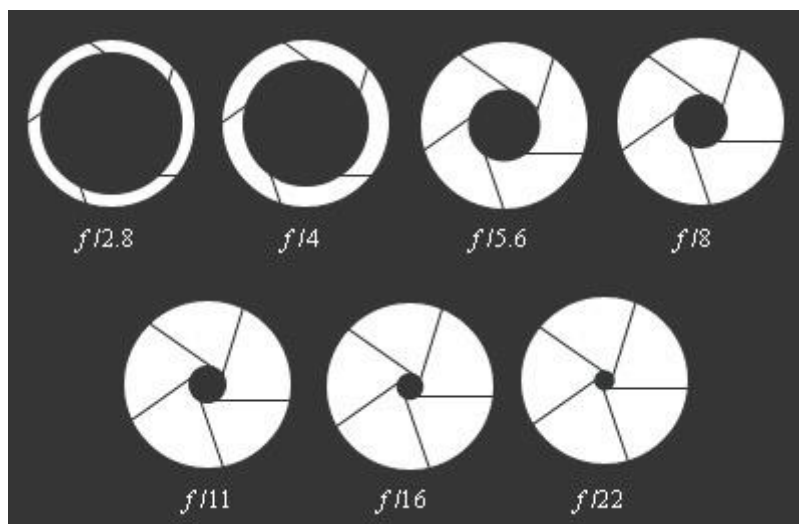


Figura 7 - Abertura/Diafragma. Fonte: Ramos e Sousa (2008)

Quanto maior for a abertura, maior a quantidade de luz que é captada pelo sensor e, quanto mais luz, mais exposta (clara) fica a fotografia. Aqui a regra do dobro também se aplica. $f/2.8$ deixa entrar duas vezes mais luz que $f/4$ e, 64 vezes mais que $f/22$. A configuração da abertura também nos permite obter diferentes profundidades de campo.

Uma abertura grande faz com que elementos mais afastados do ponto de focagem fiquem desfocados (menos profundidade de campo). Uma pequena abertura deve ser utilizada quando se pretende que objetos a distancias diferentes fiquem simultaneamente focados (maior profundidade de campo).

Histograma

As câmaras fotográficas de gama profissional possuem uma função que nos permite obter uma previsualização da imagem que foi captada juntamente com um gráfico, denominado histograma. O histograma é um gráfico que poderá aparecer de várias formas. Dependendo de como a foto foi tirada e o tipo de histograma a ser analisado, este representa a distribuição da gama de tons de uma imagem. É um dos responsáveis por medir a quantidade exata de luz e sombra de uma fotografia, para além de ter outras funções.

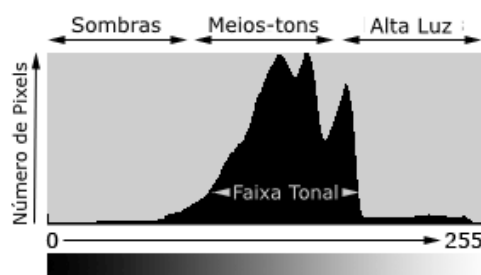


Figura 8 - Exemplo de um histograma. Fonte: Ramos e Sousa (2008)

ISO

O ISO refere-se à sensibilidade de superfícies fotossensíveis. O índice de exposição ou de sensibilidade segue uma escala do padrão ISO que agrupa as escalas ASA (Estados Unidos) e DIN (Alemanha).

O ISO deverá ser maior quando existe pouca luminosidade. No entanto, quanto maior for o valor do ISO, maior será o ruído que a fotografia irá apresentar.

Capítulo III: Técnicas e Metodologias

Foram aplicadas diferentes técnicas e metodologias para atingir os objetivos pretendidos durante o estágio. Estas passaram pelo uso de diversos equipamentos e *softwares*.

Durante o processo de estágio, foi necessário recorrer a diversos materiais e *softwares*. Muitos deles fornecidos pela Escola Superior de tecnologia de Abrantes, em particular o equipamento de gravação a utilizar nas filmagens, para além de câmaras, tripés e filtros.

Câmaras:

- *Canon 1100D*
- *Black Magic Pocket Edition*
- *Panasonic 4k*

Para fotografia foi utilizada maioritariamente uma câmara pessoal, a Canon 1100D. A nível de vídeo foi sempre utilizado equipamento disponibilizado pela Escola Superior de Tecnologia de Abrantes, através do seu Centro Tecnológico de Cultura Digital.

Softwares:

- *Adobe Premiere Pro*
- *Adobe Photoshop*
- *Celtx*
- *Inkscape*

3.1 Adobe Photoshop Pro

Na criação de imagem base, foi utilizada a ferramenta de *degradê*, que permite definir as cores (é possível usar mais de duas cores) a utilizar, bem como o tipo de gradiente. A solidez, a suavidade, o “movimento” do degradê, etc. Neste caso em específico foram apenas utilizadas as cores da *app*: branco e vermelho.

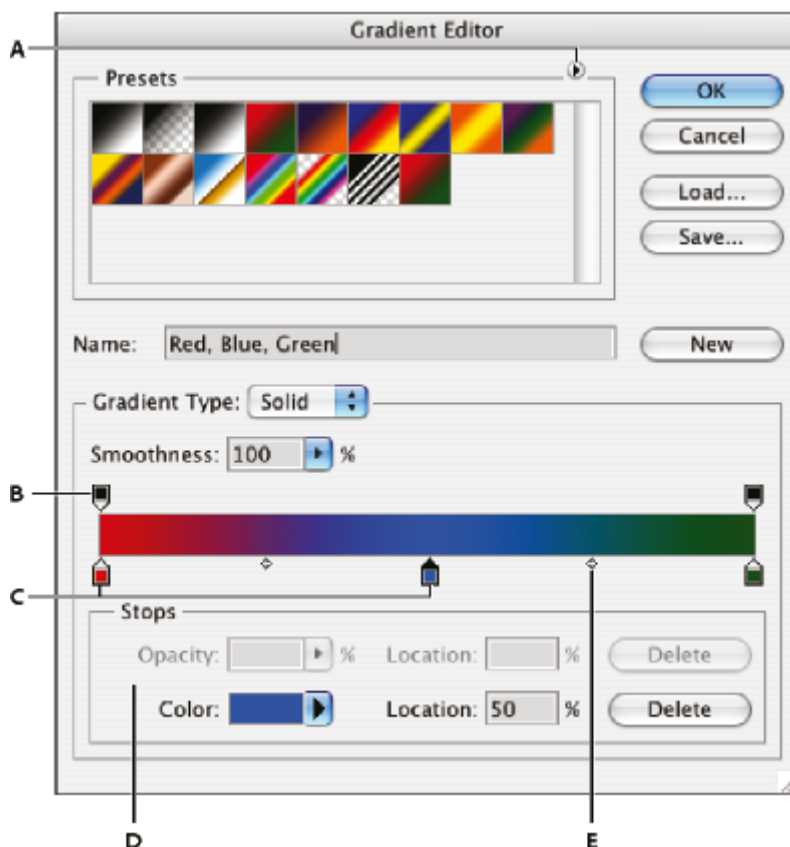


Figura 9 - Gradient Editor no Adobe Photoshop. Fonte: Adobe Photoshop

Ao nível de fotografia, todas as fotografias foram trabalhadas neste mesmo *software*. Seja para melhoria de cor, como pequenas alterações de imagem. O *Inkscape* foi um *software* gratuito que também permitiu fazer alguns ajustes. Em especial, a posicionar e definir o tamanho dos logos da aplicação e da empresa.

3.2 Adobe Premiere Pro

Este foi, provavelmente, o *software* mais utilizado. Importante na hora de edição de vídeo, mas, também, na correção de cor e qualquer outro ajuste necessário.

É um *software* com o qual tive contacto durante o mestrado (e na licenciatura também) e por essa razão, já tinha alguma experiência com o mesmo. No entanto, como em qualquer outro *software*, o processo de aprendizagem é constante.

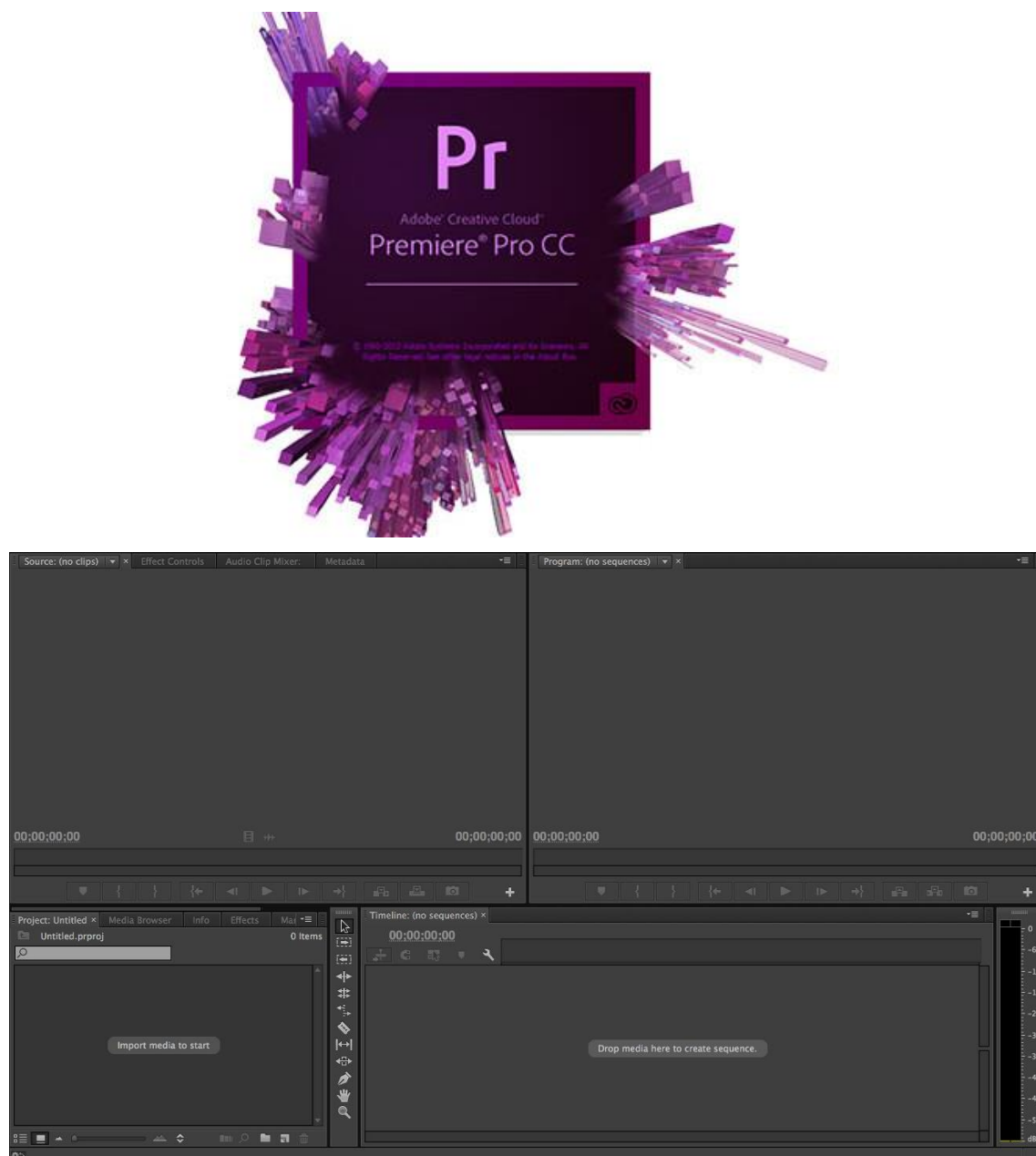


Figura 10 - Aspeto do software Adobe Premiere Pro. Fonte: Adobe Premiere

Capítulo IV: Desenvolvimento

- Vídeo Promocional (diferentes fases de produção);
- Criação de imagem base para vídeos demonstrativos;
- Criação de fotografias para cada funcionalidade da aplicação.

4.1 Conceção e produção do vídeo promocional da aplicação Sou Cidadão

Foi necessário, junto da equipa responsável pelo projeto da empresa, falar e deliberar sobre o pretendido.

Um dos principais objetivos deste projeto consistiu na criação de um vídeo promocional que demonstrasse, sucintamente, aquilo que a *app* faz e aquilo que ela possibilita. Neste caso, falamos de juntar a população à sua junta, ter uma palavra a acrescentar quanto às decisões tomadas na comunidade.

A definição da ideia foi simples na medida em que a aplicação em questão desempenha oito diferentes funcionalidades. Desse modo, o objetivo passou por demonstrar, de um modo curto, breve e sucinto, essas diferentes funcionalidades.

O processo iniciou-se pelo *brainstorming*. Foram debatidas ideias e consideradas diferentes possibilidades de realizar um vídeo promocional. Foi elaborado o primeiro rascunho de um guião que funcionaria como guia na hora de produzir o vídeo. A construção do guião foi dividida por diferentes fases, diferentes “*sketches*”. Cada *sketch* correspondendo a uma diferente funcionalidade da aplicação *Sou Cidadão*.

4.1.1 Guião

SPOT PUBLICITÁRIO COMPTA - APP DE ALERTAS

SKETCH 1 (REGISTO DO ANIMAL)

CENA 1 - INICIO DE TARDE - RUA DE ABRANTES (JARDIM)

PLANO FRONTAL COM CALHA

PERSONAGEM 1 A PASSEAR O SEU CÃO

PLANO PRÓXIMO

PERSONAGEM 1

Interage com o cão (dá-lhe festas)

PLANO SOB O OMBRO - PICADO

PERSONAGEM 1

Pega no telemóvel, abre a aplicação

Ao mesmo tempo que faz festas ao cão, faz o registo do mesmo

PLANO GERAL, COM CALHA

PERSONAGEM 1

Continua o seu passeio com o cão

CUT TO

SKETCH 2 (REGISTO DE OCORRÊNCIAS)

Cena 2 - MEIO DA TARDE - RUA DE ABRANTES

PLANO GERAL DE TRÁS

PERSONAGEM 2

Vai a andar e encontra um buraco (ocorrência a definir)

PLANO DE PORMENOR 3/4

Tira o telemóvel do bolso e acede à app

PLANO AMERICANO DE PERFIL

Tira a fotografia à ocorrência

PLANO DE PORMENOR DE TRÁS

(CONTINUED)

Figura 11 - Excerto do guião criado. Fonte: Autor

4.1.2 Storyboard

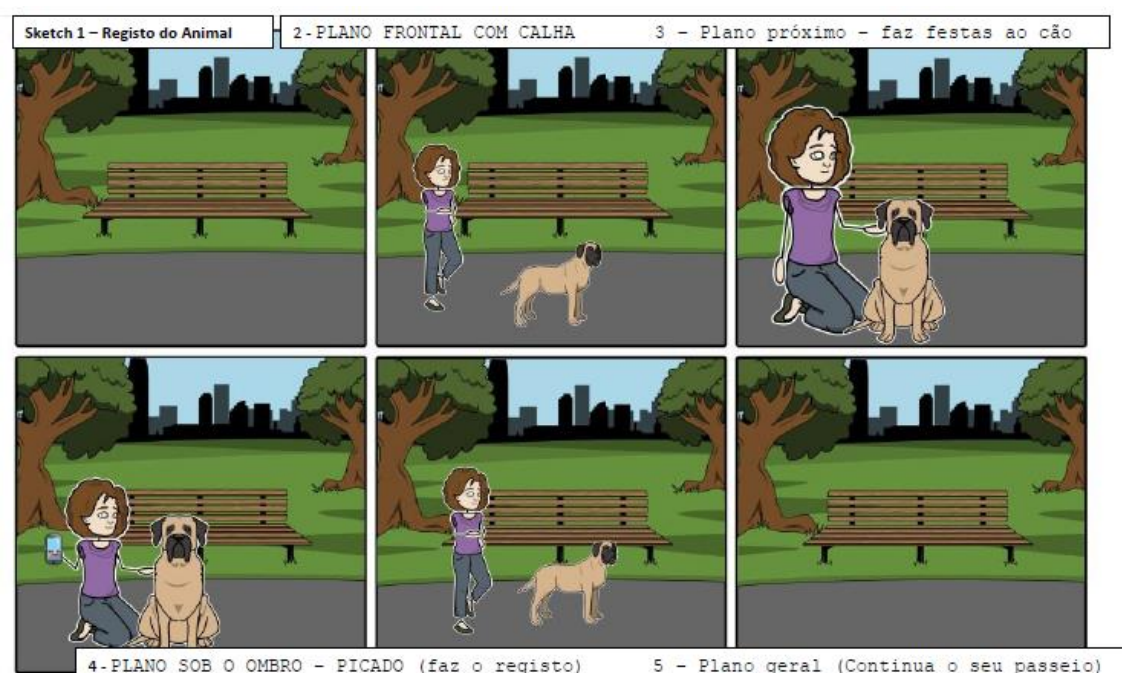


Figura 12 – Exemplo Storyboard Sketch 1. Fonte: Autor

Pequeno exemplo construído para exemplificar o “*sketch*” remetente à funcionalidade de registo de animais.



Figura 13 – Exemplo Storyboard Sketch 2. Fonte: Autor

4.1.3 Captação de Imagens

As gravações foram feitas em alturas distintas pois foram necessárias as devidas autorizações (por exemplo para filmar a recolha de lixo), bem como a necessidade de deslocação para filmar zonas urbanas (neste caso Lisboa, em que existem dois diferentes planos). Os restantes planos foram filmados na cidade de Abrantes.

Depois de captadas as imagens com a equipa (em diferentes dias de produção), coube-me fazer a edição e correção de cor do vídeo final, sendo que os efeitos, nomeadamente as animações, ficaram ao cargo de outro membro da equipa.

4.1.4 Montagem

Todos os planos não excederam o tempo de 4-5 segundos cada, fazendo no total um vídeo de 46 segundos. Este era precisamente o proposto. Fazer a criação de um vídeo curto que suscitasse interesse da parte do utilizador sem ser demasiado maçador. Ao mesmo tempo, explicando brevemente o funcionamento de cada categoria encontrada na aplicação *Sou Cidadão*.

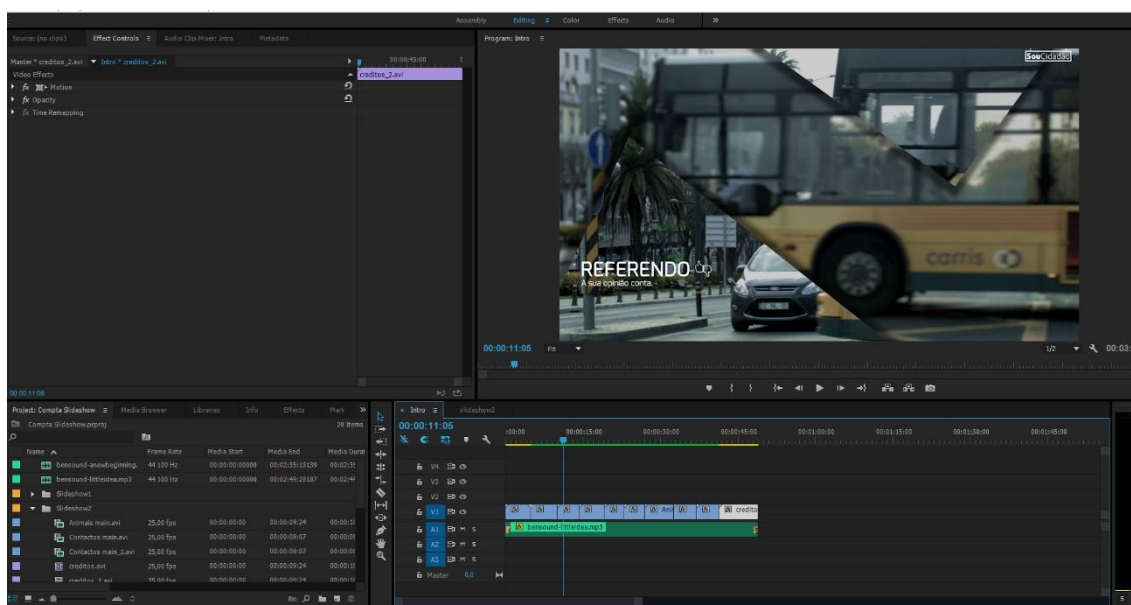


Figura 14 – Edição no software Adobe Premiere. Fonte: Adobe Premiere

A montagem acabou por ser dividida em diferentes *timelines* e diferentes tempos, em concordância com os efeitos criados no *After Effects* por outro membro da equipa. A

imagem acima exemplifica apenas a *timeline* final, onde todos os planos foram devidamente organizados para, posteriormente, serem corrigidos.

Relativamente ao som, foi escolhida uma música gratuita apenas para dar ênfase às imagens, tendo em conta que a informação estava, maioritariamente, nas imagens e no texto do vídeo.

4.1.5 Correção de Cor

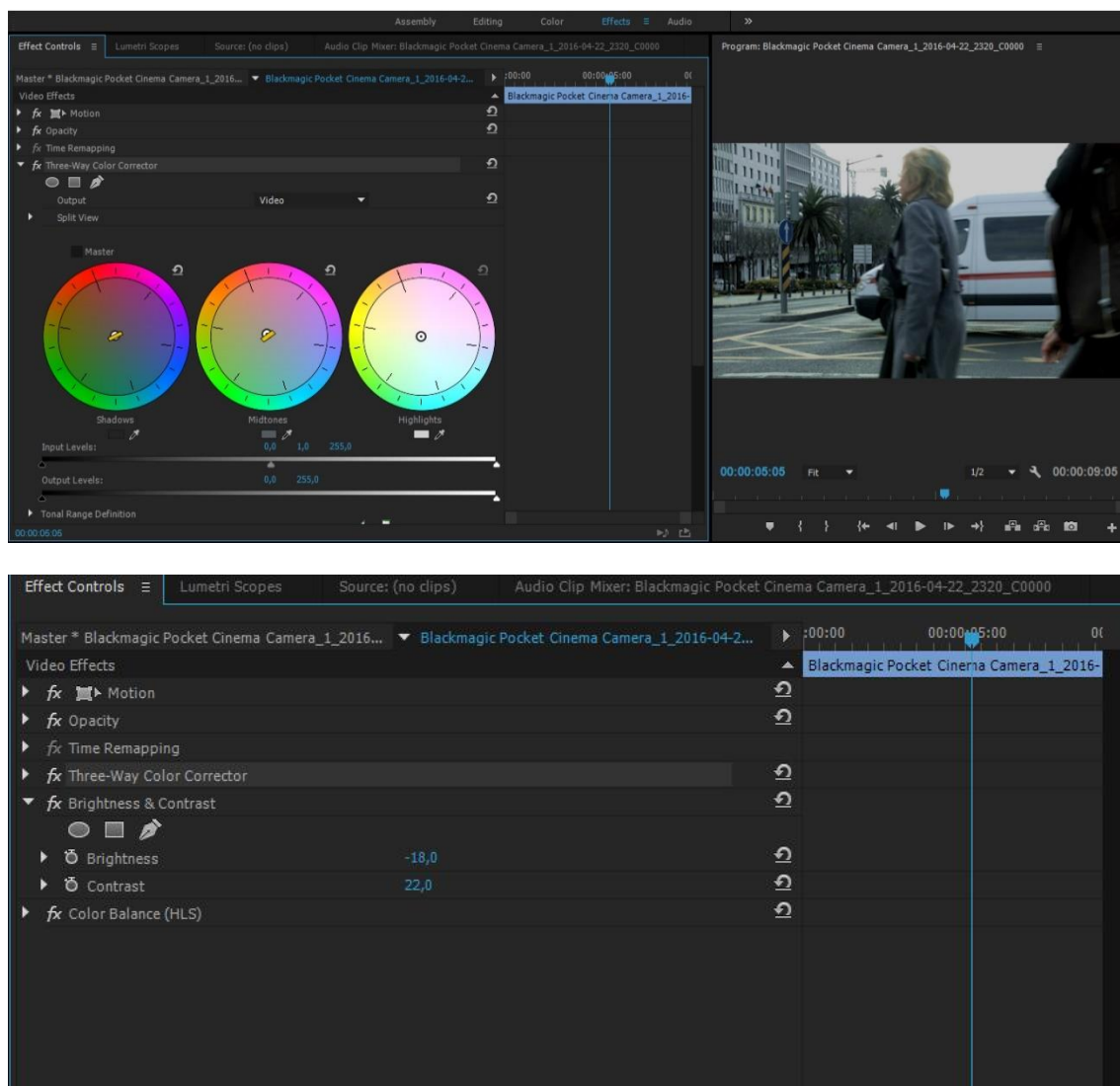


Figura 15 – Correção de cor no Adobe Premiere. Fonte: Autor

A correção de cor foi bastante importante, especialmente tendo em conta que nem todas as filmagens foram feitas com a mesma câmara, sendo que uma delas (*Blackmagic*), filma a *raw*, precisando de filtros especiais de cor.

Foi realizada a correção de cor no mesmo programa de edição: *Adobe Premiere Pro*.

4.1.6 Exportação

Terminada a fase de edição e correção, procede-se à fase de exportação.

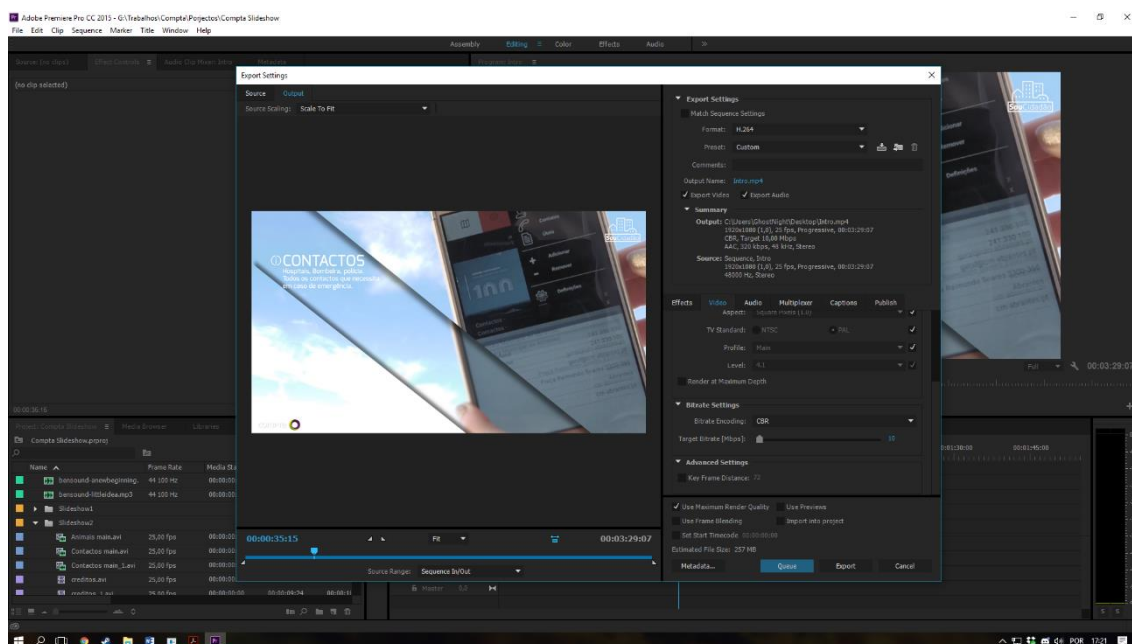


Figura 16 - Exportação do software Adobe Premiere. Fonte: Adobe Premiere

H.264

Consiste num padrão para compressão de vídeo, comprime os ficheiros sem perder uma grande percentagem de qualidade. É um formato de avançado de codificação digital para vídeo de alta definição. O H.264 oferece uma tecnologia de compactação avançada com uma experiência de vídeo superior a uma taxa de bits baixa.

4.2 Imagem base para vídeos demonstrativos

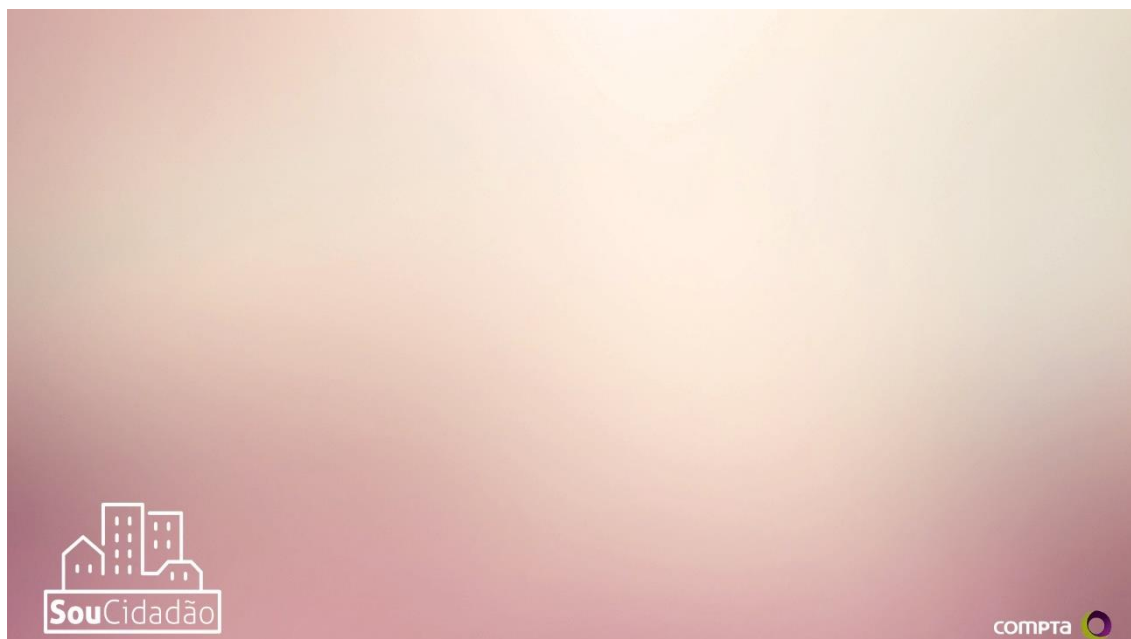


Figura 17 - Imagem base. Fonte: Autor

Para além do vídeo promocional, foi importante criar vídeos demonstrativos da aplicação (estes estão disponíveis na página de facebook “Sou Cidadão”, os quais, juntamente com outra informação e fotografias, fui também eu própria partilhando online). Para isso, foi criada uma imagem base que fosse facilmente associável ao Sou Cidadão. Trata-se de algo simples, pois, posteriormente, seria adicionada informação e animações com as funcionalidades da *app* (essa tarefa pertenceu a outro membro da equipa).

A criação da imagem passou por criar um degradê através das funcionalidades no Photoshop (demonstrado no ponto 3), bem como adicionar os logos remetentes à *app* e empresa.

4.3 Fotografia

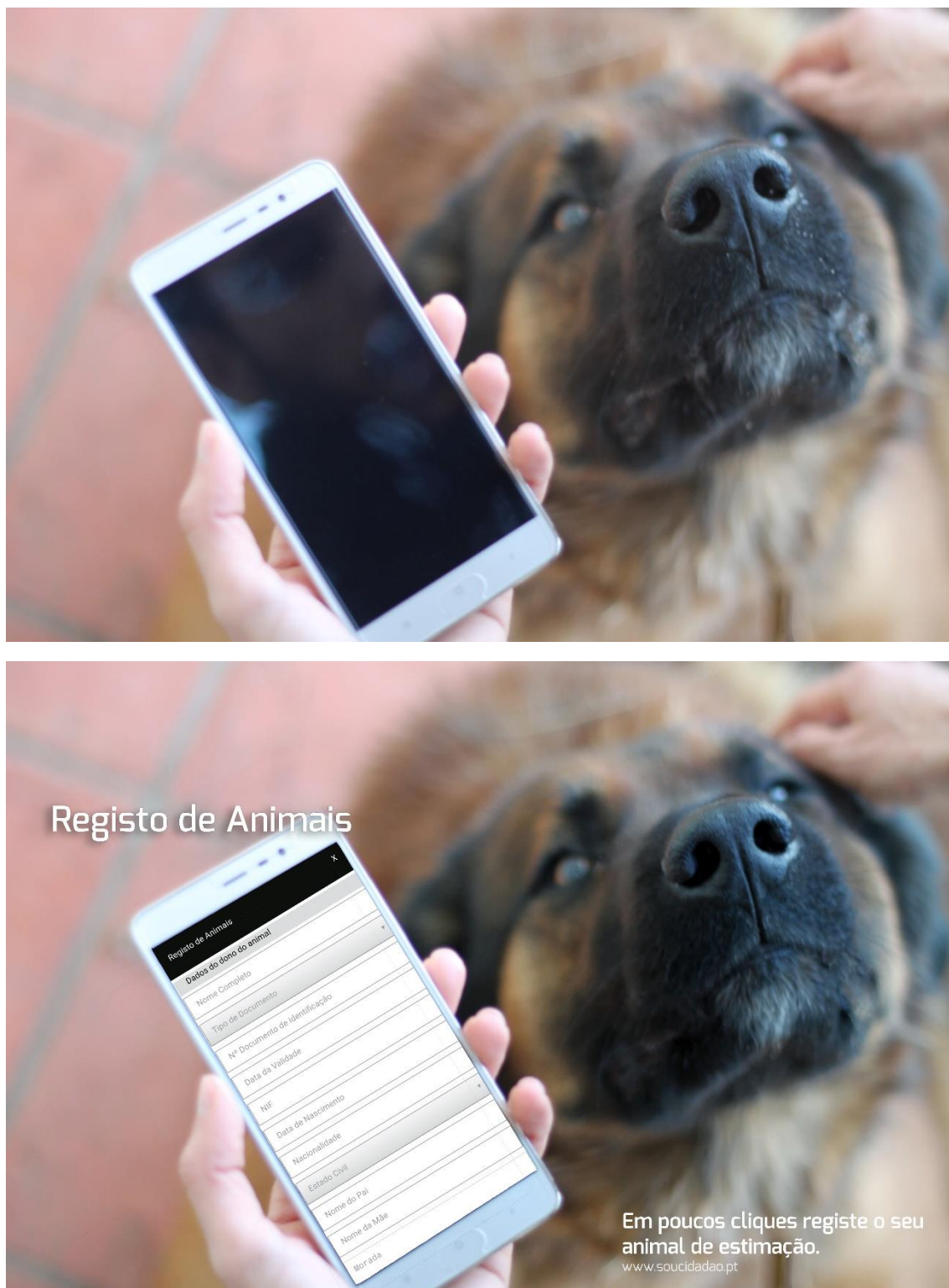


Figura 18 - Exemplo de Fotografias (Antes e depois da edição). Fonte: Autor

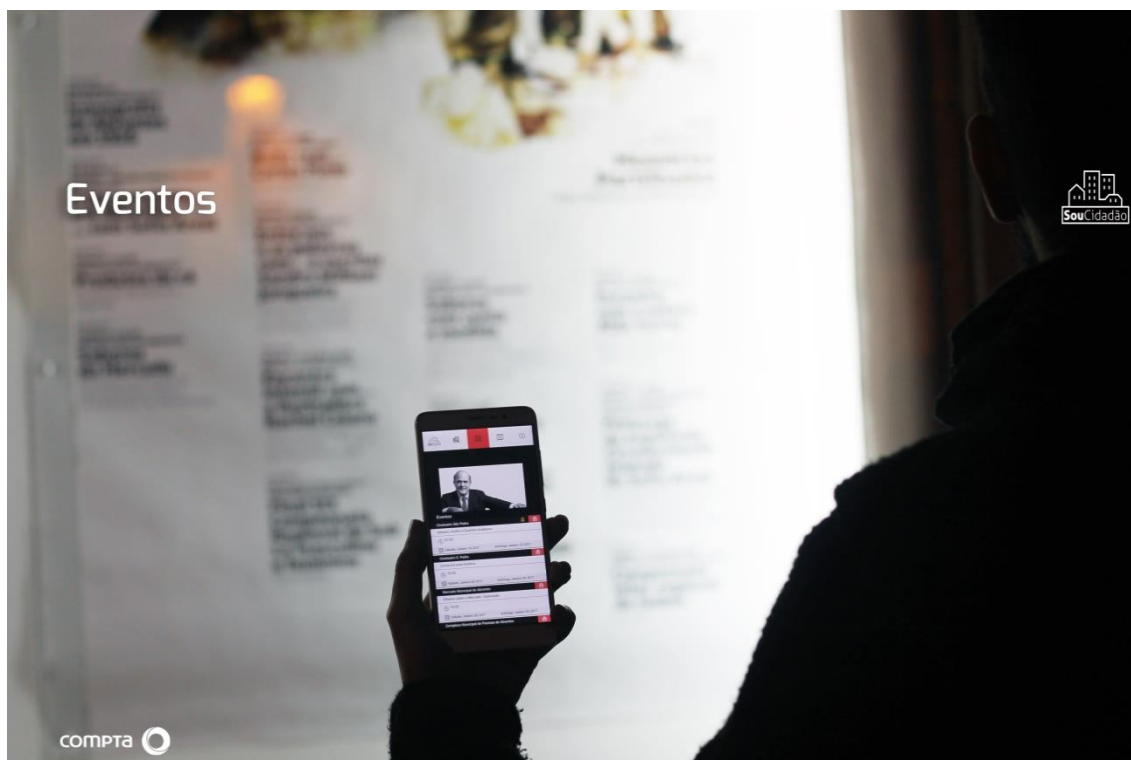


Figura 19 - Outro exemplo, fotografia representativa dos “Eventos”, já editada. Fonte: Autor

A nível fotográfico o objetivo passava por “ilustrar” cada categoria da aplicação. Deste modo, ficariam devidamente identificadas e visualmente explicadas. Estas fotografias servem maioritariamente para estarem no *slideshow* apresentado no site oficial do Sou Cidadão (www.soucidadao.pt), bem como na página de Facebook da *app*.

Assim, para cada funcionalidade da aplicação, foram estabelecidos objetivos e consideradas ideias para realizar cada fotografia distinta. Nas figuras acima estão dois exemplos distintos. O primeiro respeitante à funcionalidade de registo de animais, na qual se apresenta a fotografia original e, em seguida, a fotografia final já devidamente editada e com toda a informação.

São, no fundo, imagens bastante simples e com a informação bastante reduzida. Sem, no entanto, deixar de ser compreensível para o consumidor.

No processo de edição foi necessário ter em consideração as dimensões para as fotografias funcionarem no *slideshow* do site.

Posteriormente, o *slideshow* exibido no site foi substituído pelo vídeo final, no entanto, as fotografias continuam disponíveis na parte inferior do website, bem como na página de Facebook da *app Sou Cidadão*.



Figura 20 – Visualização da imagem criada para a funcionalidade “Notícias” no site da app “Sou Cidadão”.
Fonte: Sou Cidadão



Figura 21 - Visualização da imagem criada para a funcionalidade “Ocorrências” no site da app “Sou Cidadão”. Fonte: Sou Cidadão



Figura 22 - Visualização da imagem criada para a funcionalidade “Recolha de Monstros e Verdes” no site da app “Sou Cidadão”. Fonte: Sou Cidadão

Capítulo V: Resultados

- **Vídeo Final**



Figura 23 - Plano inicial que faz a introdução à aplicação. Fonte: Autor

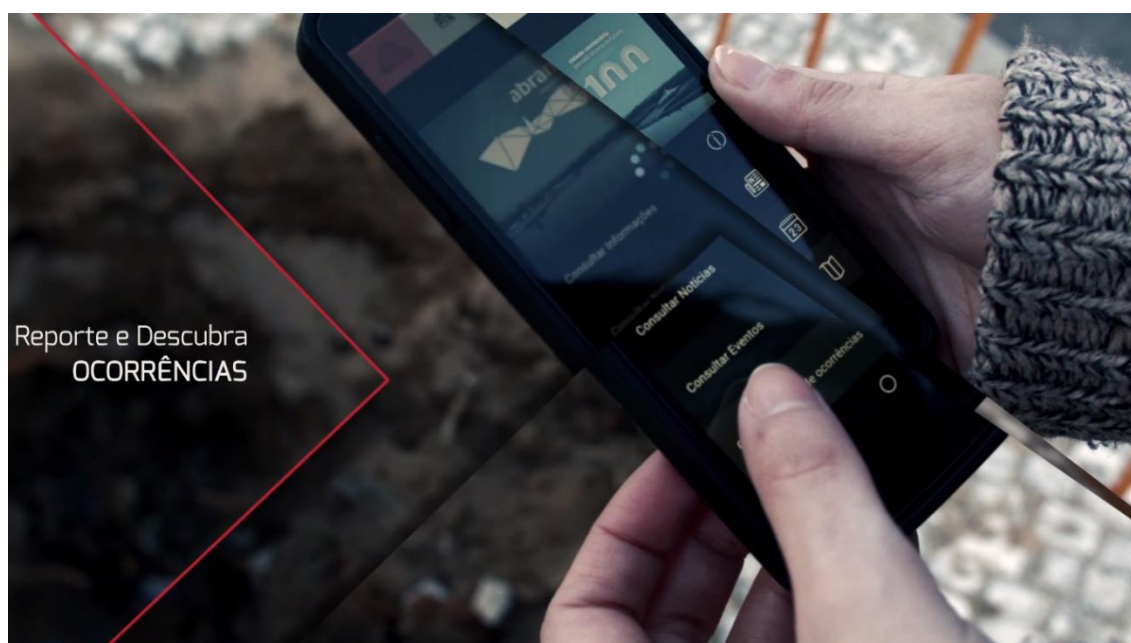


Figura 24 - Demonstração de ocorrências (registá-las e descobrir outras). Fonte: Autor



Figura 25 – Função referendo. Fonte: Autor

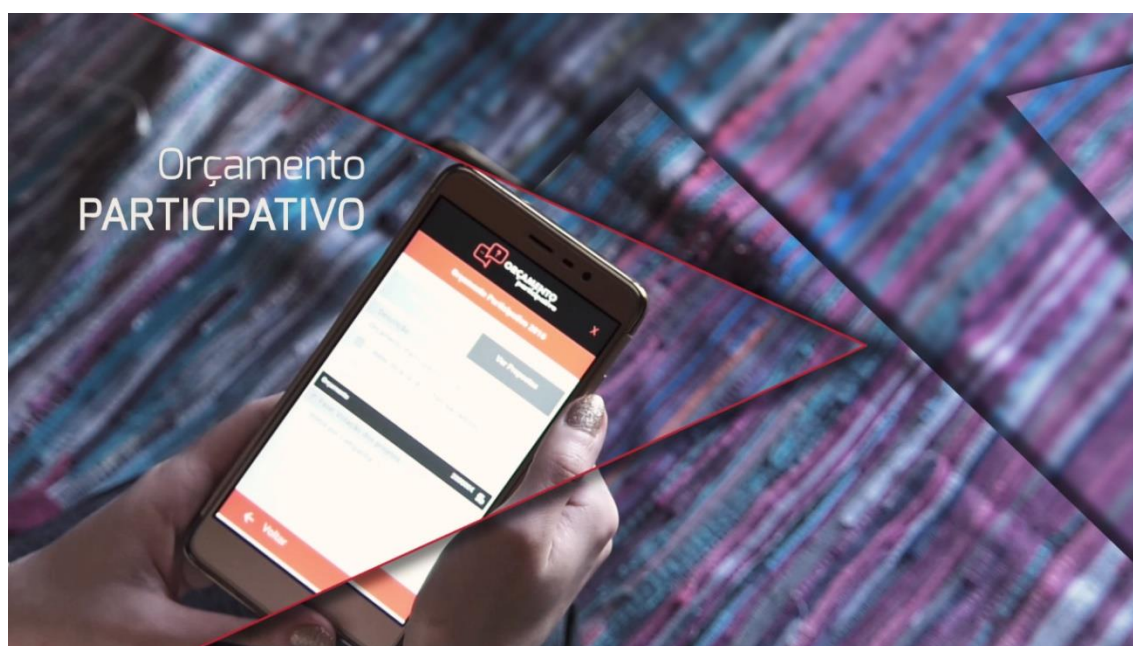


Figura 26 - Exemplificação do funcionamento do orçamento participativo. Fonte: Autor

O vídeo está online no site oficial da *app* “Sou Cidadão”: <http://soucidadao.pt/> (bem como na página de *Facebook*).



Figura 27 - Vídeo no site oficial da app. Fonte: Sou Cidadão

Capítulo VI: Conclusões e Trabalho Futuro

Após dar por concluído o projeto dentro do período de estágio, posso retirar o quão positiva foi a experiência. Recolhi novas aprendizagens, e, foi um projeto bastante rico na medida em que, de um modo geral, se centrou na criação de diferentes tipos de conteúdos, sempre em equipa.

O *feedback* da parte da empresa foi igualmente positivo, demonstrando grande satisfação com o produto final e, ficou em aberto a possibilidade de alargar esta criação de conteúdos para outros projetos e aplicações que a empresa se encontra a desenvolver no momento (nomeadamente a oportunidade de estágio profissional).

Referências

- Berners-Lee, T. (1999). *Weaving the Web*.
- Cinematográfica, A. R. (n.d.). *Terence St. John Marner*.
- Dancyger, K. (2011). *The Technique of Film and Video Editing: History, Theory, and Practice (5th ed.)*. Focal Press.
- Eisenstein, S. (1929). *A Forma do Filme*.
- Freytag, G. (1863). *Technik des Dramas*.
- Grabrieli, L. V. (2006). *Modelagem e Avaliação de um Sistema Modelar para Gerenciamento de Informação na Web*. Porto Alegre.
- Greg Babayans, M. M. (2005). *Estratégias de E-Marketing - Como Capitalizar o Poder da Internet e E-Mail como Novo Meio de Comunicação*.
- Marner, T. S. (1980). *A Realização Cinematográfica*.
- Murch, W. (2001). *In the Blink of an Eye: A Perspective on Film Editing*.
- Roy Thompson, C. B. (2009). *Grammar of the Edit (Second Edition)*. Focal Press.
- Soudo, R. e. (2008). *Manual de iluminação Fotográfica*.
- "<http://opac.iefp.pt:8080/images/winlibimg.aspx?skey=&doc=73216&img=455>"
- Steven Ascher, E. P. (2012). *The Filmmaker's Handbook: A Comprehensive guide for the digital*. Plume.
- Team, A. C. (2013). *Adobe Premiere Pro CS6 Classroom in a Book*.