



bgreen
ecological film festival

GUIÃO TÉCNICO
COMO CRIAR UM SPOT

1. APRESENTAÇÃO

Este guião pretende ajudar os jovens na elaboração do spot de vídeo de modo a participarem no bgreen // ecological film festival.

2. O QUE É IMPORTANTE TER EM CONTA NO MOMENTO DE ELABORAR UM “SPOT AUDIOVISUAL”?

Na produção de um spot há que ter em conta que a estrutura do spot é diferente da do filme ou vídeo de meia hora ou mais. É assim conveniente que se aborde um tema central forte e objetivo, poucas personagens e uma situação básica que se resolva com clareza. A introdução pouco longa, um desfecho breve e rápido e a ênfase posto no desenvolvimento são as bases de um bom spot. Assim, o que verdadeiramente importa é a força expressiva da imagem.

A linguagem audiovisual tem as suas próprias normas e gramática. Utiliza dois tipos de elementos:

- **Elementos visuais – As imagens;**
- **Elementos sonoros - Música, efeitos de som, palavras e silêncio.**

O sucesso de um spot deve-se em grande parte ao som. Este complementa e potencia a imagem. Há muitas formas de contar uma história mas para além do estilo particular de cada uma, existem certas normas fundamentais que devemos respeitar para que a nossa mensagem seja entendida pelo espetador, nomeadamente:

3. Planos

O essencial do trabalho do realizador consiste em recolher as imagens que vão satisfazer o interesse e manter a curiosidade do espetador.

O plano é uma captação efectuada sem interrupção. A sua duração é variável. Os planos aproximados atraem a atenção do espetador sobre o detalhe de uma ação. Os planos afastados dão maior visibilidade e permitem a incorporação de mais elementos descritivos na imagem.

3.1 Tipos de Planos

Plano Geral: Neste tipo de plano destaca-se o ambiente onde se desenrola a ação, perdendo-se nele os detalhes das personagens e os objetos pequenos. As pessoas aparecem afastadas num espaço muito amplo. Os lugares adquirem mais importância do que as personagens.

O plano geral permite ver o espaço: Uma cidade, uma casa no meio do campo, um estádio ou uma grande divisão.

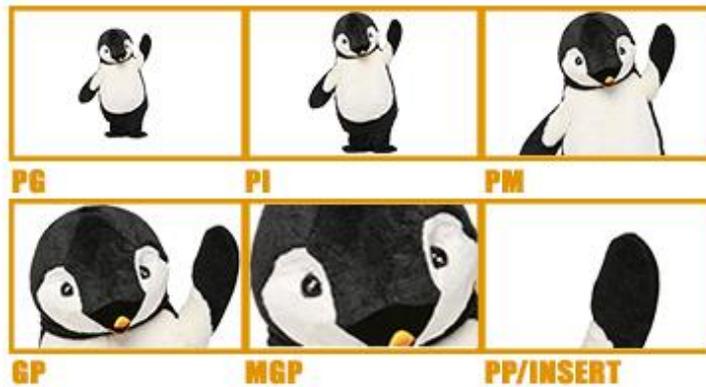
Plano Inteiro: É possível ver a imagem de uma personagem de corpo inteiro. A sua figura ocupa o espaço que há entre a margem superior e inferior do ecrã podendo também o espetador aperceber-se parcialmente do espaço que o rodeia.

Plano Médio: Aqui é possível ver a personagem da cintura para cima, podendo observar-se a expressão do seu rosto, se está triste, contente, podendo também ver-se a direção do seu olhar.

Grande Plano: É possível ver-se a cabeça, o rosto, e os ombros da personagem, apercebermo-nos da expressão e sentimentos que nos comunica através do seu rosto. O lugar onde se encontra perde importância na imagem porque já não o vemos.

Muito Grande Plano: Os traços do rosto da personagem ocupam todo o ecrã, permitindo-nos concentrar toda a atenção numa expressão de medo, de angústia, de prazer, entre outras.

Plano de Pormenor ou Insert: Faz-nos concentrar a atenção no detalhe de um rosto ou de um objecto que tem uma importância narrativa expressiva.

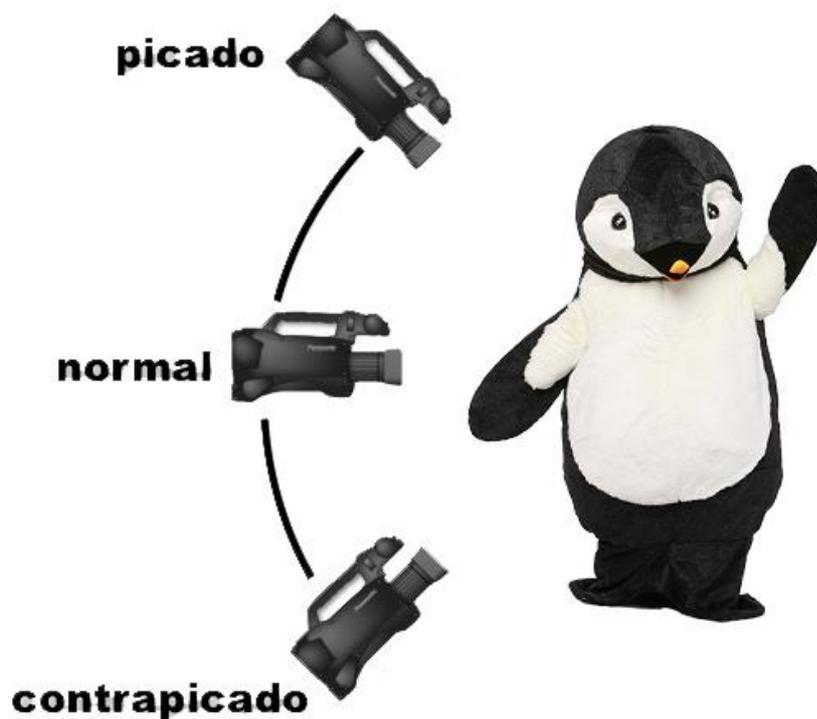


4. Tipos de ângulos da câmara

Picado: Quando a câmara está sobre o objeto num certo ângulo. O objeto é visto de cima. Costuma utilizar-se para mostrar a inferioridade de uma personagem. Por exemplo: uma criança vista de cima torna-se ainda mais pequena

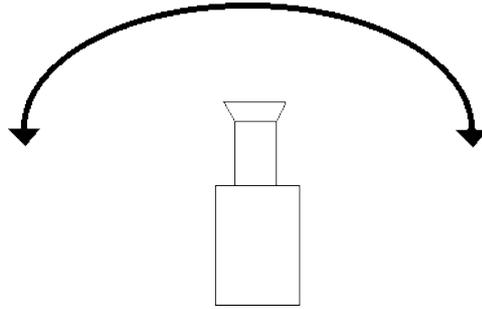
Contra picado: Ao contrário do anterior, a câmara coloca-se debaixo do objeto, destacando-se deste pela sua altura. Dá um aspeto de força e autoridade.

Normal: Quando a câmara se encontra ao mesmo nível do objeto.

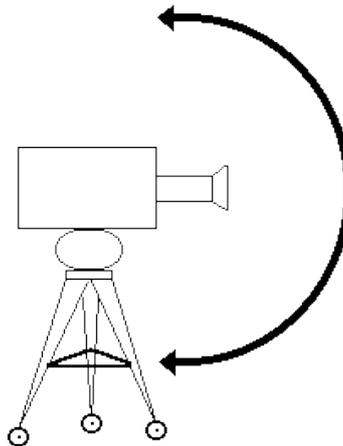


5. Tipos de movimentos da câmara

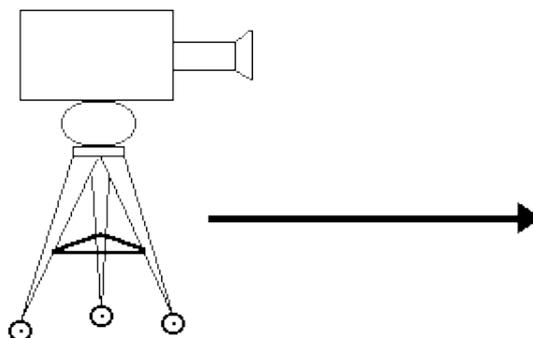
Panorâmica: A câmara, fixada num tripé, vai da direita para a esquerda ou vice-versa. Nem muito rápida, nem muito lenta. Um bom “panning” deve ser regular e estável.



Tilt: A câmara, fixada num tripé, desloca-se de cima para baixo ou vice-versa.



Travelling: A câmara desloca-se fisicamente de um ponto para outro.



Zoom: Sem mudar de posição, o realizador pode aproximar-se ou afastar-se do que está a captar através da simples manipulação do zoom. Não se deve abusar do uso do zoom porque pode causar uma sensação de tonturas no espetador.

6. Som

O som gera sentido, tal como a imagem. É importante pensá-lo a partir da sua expressividade e em função da ideia ou clima que se quer criar. Não é como muitos imaginam um elemento subsidiário da imagem. O som, num spot, tem a mesma importância que a imagem enquanto transmissor de uma mensagem. O efeito que se consegue com o complemento imagem e som dificilmente poderia ser conseguido por apenas um deles.

6.1 Diálogo ou vozes: Podem ser de dois personagens que dialogam ou cantam. Através de voz off também se pode apresentar o pensamento de algum personagem ou a voz do narrador.

6.2 Efeitos sonoros: São os sons que surgem das ações do personagem. Por exemplo um homem que caminha: os passos.

Nesta categoria também entra o ambiente que é o som característico do lugar onde ocorre a ação. Por exemplo numa cidade muito grande os sons que vão surgir são os dos automóveis, buzinas, etc.

6.3 Música: A música pode ser própria da ação. Há diferentes formas de fazer a captura de som, como gravá-la com microfones no momento em que se filma – som direto. Pode fazer-se diretamente com a câmara ou com gravadores independentes que posteriormente se sincronizam com a imagem correspondente na etapa de pós produção.

7. A luz

Da luz depende a existência do próprio filme, ou seja, permite que se possa “ver”. Por isso há que programar e experimentar os efeitos mais adequados para a ação que se quer apresentar.

8. QUAIS SÃO AS ETAPAS DA REALIZAÇÃO DE UMA CURTA AUDIOVISUAL?

O processo de realização é composto por uma série de tarefas que se agrupam em três etapas.

Na realização audiovisual o mais importante é que os critérios que se adoptam sejam aqueles que o grupo considera mais úteis para organizar o seu trabalho e por isso, todos falem a mesma língua para que não existam mal entendidos, que possam prejudicar o trabalho.



8.1 PRÉ-PRODUÇÃO

A Pré-Produção é a primeira fase do trabalho, em que todo o filme é planificado. Inclui a escrita do guião, a procura de locais de filmagem, a construção de cenários e a criação de guarda-roupa.

8.1.1 Definição da Ideia

A definição da Ideia implica determinar o tema do vídeo, que deverá ser o mais concreto possível. De seguida deverá definir-se o público-alvo (jovens, adolescentes, pais/mães de família, população urbana ou rural, etc.). Posteriormente é necessário definir o objetivo do spot, que representa a mensagem passada aos espetadores.

8.1.2 Redação do guião

Fazer uma sinopse, ou seja, um texto curto que resuma as ideias gerais do vídeo e apresente as suas personagens e situações.

No guião deverá redigir os diálogos das personagens, as suas ações e o ambiente onde se realizam as filmagens.

Posteriormente deverá fazer-se um “storyboard” prévio onde se esboçam as principais cenas ligando-as aos personagens nos cenários e mostrando os planos e ângulos a usar. Alguns termos e conceitos próprios da linguagem audiovisual a usar na redacção do guião:

Exemplo de um “storyboard”:



Pag.1 – Storyboard do Spot do bgreen // ecological film festival 2013

8.1.3 Equipa técnica.

Há seis funções principais:

Diretor – concebe, planifica e dirige a produção, desde a ideia inicial até ao final. Dirige a gravação e, na edição verifica que o vídeo final está de acordo com a ideia inicial.

Produtor – Conduz, administra e supervisiona o conteúdo de uma produção. Possibilita a concretização da produção, já que se encarrega de conseguir os equipamentos (câmara, luzes, etc.) os atores, a cenografia, etc.

Operador de Câmara – Trabalha em articulação direta com o Diretor e encarrega-se de fazer o registo de imagens.

Técnico de Luz – Assegura as necessidades de iluminação artificial em cenas exteriores e interiores.

Sonoplasta – Faz o registo áudio do vídeo.

Anotador - Anota as imagens realizadas, assinalando as que estão por realizar. Estas funções podem contar em certas ocasiões com assistentes ou pessoas de apoio.

8.1.4 Localização prévia das filmagens

É necessário procurar os locais que se adequam melhor à produção.

Por exemplo: Encontrar lugares com pouco ruído, em caso de captação de voz.

9. PRODUÇÃO

Uma vez terminada a pré-produção, está na altura de iniciar as filmagens. Esta é a fase de produção.

9.1 Formatos de Gravação

Os vídeos deverão ser filmados e editados em suportes digitais.

Resolução recomendada: PAL 16:9 ou HD.

Formatos sugeridos de exportação: MPEG-2, WMV, MP4, MOV, FLV.

10. PÓS-PRODUÇÃO

Terminadas as filmagens, poderá montar o que filmou. A esta fase chama-se pós-produção, e as técnicas aqui utilizadas podem conferir ao teu filme um estilo e um ritmo únicos. É fácil montar cenas no computador recorrendo a software de edição de vídeo. É nesta fase que poderá introduzir sons e aplicar efeitos e transições.

10.1 Tipos de transição:

Corte direto: consiste na passagem sem transições de uma imagem para outra.

Fade out / in: o final de uma imagem vai escurecendo gradualmente até ficar negro dando lugar à cena seguinte que se vai iluminando também gradualmente.

Cross dissolve: Neste caso uma cena vai-se desvanecendo sobre outra que adquire maior nitidez, ou seja, o final da primeira cena fica sobreposta ao início da segunda cena.

10.2 Tipos de montagem:

Montagem linear: Segue uma ação principal de maneira cronológica.

Montagem paralela: Duas ou mais cenas independentes cronologicamente desenvolvem-se em simultâneo para criar associação de ideias.

Montagem alternada: duas ou mais cenas que ocorram no mesmo momento, mas em lugares distintos e convergem numa só.

Por exemplo: uma perseguição em que mostra alternadamente o perseguido e o perseguidor.

A montagem invertida: quando se altera a ordem cronológica da ação através de flashback (mostra o passado) e flashforward (mostra o futuro).

10.3 Software de Edição

Se tiver um computador, pode montar o seu próprio spot através de software de edição de vídeo. Existem softwares gratuitos que estão previamente instalados no seu computador. Por exemplo: Windows Movie Maker.

Poderá utilizar softwares profissionais, que são compostos por um maior número de ferramentas, que por sua vez, permitem uma edição da imagem mais detalhada.

Por exemplo: Correção de Cor.

11. Contactos:

E-mail: info@bgreenfestival.com

Telefone: 252 830 900 / 252 830 991

Morada: Apartado 1 Caldas da Saúde – Areias
STS 4784-907 Portugal.