

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	8
1. A TV DE MASSAS E A ANCESTRAL	
ARTE DE CONTAR HISTÓRIAS	12
1.1. De Gilgamesh na babilónia à Fuga do Herói de Campbell.....	12
1.2. Breve história da televisão — do registo eletrónico do sinal à teorização da oferta “broadcast”	18
1.3. Paleotelevisão, Neotelevisão, Metatelevisão — a contemporaneidade de um médium eminentemente convergente	20
1.4. O sistema televisivo expandido — processos e dinâmicas audiovisuais.....	22
2. PERSPETIVA TEÓRICA ACERCA DA LINGUAGEM TELEVISIVA — LINGUAGEM E DINÂMICAS PARA CONCEPTUALIZAR NARRATIVAS	28
2.1. Os planos e a sua significância narrativa.....	28
2.2. Fases de produção — dinâmicas e sistematizações	33
2.3. Profissões televisivas e as suas dinâmicas.....	38
2.4. Televisão, métodos e dinâmicas profissionais.....	42
2.5. Uma abordagem às dinâmicas de registo audiovisual.....	43
2.5.1. Estúdio.....	43
2.5.2. Gravar em estúdio — diligências e fundamentos.....	47
2.6. Técnicas operativas de realização.....	50
2.6.1. Planos — elementos básicos de escolha de escalas para narrar histórias	50
2.7. Fundamentos da colocação de câmaras em estúdio.....	52
2.8. Realização multi-câmara — dinâmicas e momentos	56
2.8.1. Diretos e diferidos	56
2.9. Electronic News Gathering — (Trabalho Informativo em Exteriores)...	59
2.9.1. Enquadramento Legal para registo de imagens.....	59
2.9.2. Fundamentos técnico-práticos — modalidades contemporâneas.....	62
2.9.3. Recolha de conteúdos em exteriores.....	66
2.9.4. Dinâmicas identitárias.....	69

3. MEIOS TÉCNICOS ESSENCIAIS PARA A CRIAÇÃO DA MENSAGEM TELEVISIVA	76
3.1. Iluminação — análise e fundamentações teórico-práticas.....	76
3.1.1 Temperatura de cor	77
3.1.2. Triângulo fotográfico.....	79
3.1.3. As fontes de luz e aplicações — lâmpadas e práticas de campo	83
3.1.4. O uso da sombra e o seu significado	85
3.1.5. Os suportes dos projetores.....	86
3.1.6. Controlo da qualidade de imagem.....	87
3.1.7. Correção de cor	91
3.2. Teoria da cor e aplicações cénicas físicas e virtuais	92
3.2.1. Cenários virtuais — Croma Key.....	93
3.3. A operação de câmara — fundamentos do registo da imagem televisiva.....	95
3.3.1. A formação da imagem na câmara	96
3.3.2. Câmara, suportes e movimentos.....	101
3.3.3. Movimentos óticos:	105
3.4. Composição, enquadramentos e angulações	107
3.4.1.Composição.....	107
3.4.2. Enquadramento.....	108
3.4.3. Ângulo de filmagem e significados	109
3.5. Edição/Pós-produção	112
3.5.1. Abordagem não linear	113
3.6. Grandes linhas da planificação televisiva — o guião	117
3.7. O narrador e as diferentes modalidades de narração em TV	119
3.7.1 tipos de Microfones.....	120
3.7.2 A Mistura de Áudio.....	122
4. DADOS PROSPECTIVOS — PRODUÇÃO TELEVISIVA NUMA SOCIEDADE DE CONSUMOS MEDIÁTICOS FRAGMENTADOS.....	124
4.1. TV no séc. XXI — um médium descentralizado em metamorfose convergente.....	124
4.2. Consumos televisivos diferenciados pela Web 2.0	127
4.3. Especificidades televisivas para uma presença na Web 2.0.....	130
4.4. Distribuição através de plataformas móveis — telemóvel.....	134
4.5. Consumos televisivos em ambientes imersivos e móveis.....	135
BIBLIOGRAFIA	138

INTRODUÇÃO

Até há bem pouco tempo as formas de aceder às denominadas imagens em movimento resumiam-se à fotografia, ao cinema e ao vídeo, apresentando-se a televisão como o meio de massas por excelência. Hoje, na transição para a chamada “Era Digital”, é comum dizer-se que a evolução das tecnologias da informação e da comunicação (TIC’s) estão a ditar grandes alterações e até mesmo o fim de algumas formas de comunicação. No contexto destas alterações, os casos da rádio, da imprensa e da televisão são merecedores de destaque. Em relação a este último médium, pode-se observar que ele está numa fase de metamorfose e que os avanços rumo ao digital não representam a sua destruição ou substituição mas se revelam, antes, para uma dinâmica de complementaridade. Dito de outra forma, eles dão um novo enquadramento ao desenvolvimento e à evolução da sua ecologia mediática. Verifica-se que existem mais formas de acesso aos conteúdos televisivos e um leque infindável de opções de consumo. Aliás, de acordo com relatórios recentes acerca das tendências de consumo televisivo, verifica-se a existência de um crescimento na quantidade de tempo que é dedicado ao consumo de TV. Porém, nestes documentos relata-se que há uma grande diferença no que concerne à forma como esse consumo é realizado. Trata-se de um acesso fragmentado porque, para além do aparelho televisivo mais tradicional, incluem-se os consumos de conteúdos televisivos que são distribuídos através de sistemas multiplataforma ligados à “Internet” (vejam-se os casos dos, telemóveis, PC’s, portáteis, tablets, PDA’s e leitores de conteúdos multimédia iPod/iPad tablet PC).

Neste cenário pode constatar-se que, subjacente à base dos programas televisivos, está o uso de tecnologias digitais (baseada no código binário composto por 0’s e 1’s) para a criação de conteúdos que combinam uma qualidade superior de imagem áudio (HD e 3D) com a possibilidade de aplicar taxas de compressão que lhes aumentam o grau de mobilidade. Esta característica significa que o consumo destes

elementos pode ser feito através de vários aparelhos conectados à Internet para um visionamento em direto (*streaming*) ou que permitam um descarregamento do conteúdo televisivo desejado. Para além deste aspeto, que está mais ligado à distribuição televisiva, acresce ainda a emergente democratização tecnológica que é promovida por uma diminuição dos preços dos equipamentos essenciais (câmaras e computadores) para a produção e edição de conteúdos televisivos. Nota-se aqui uma resposta por parte do mundo empresarial em relação ao crescente interesse participativo por parte do cidadão comum em produzir e emitir vídeos em espaços disponíveis na Internet como o Youtube, Vimeo, Hulu e até em espaços ligados às empresas produtoras. No fundo, pode dizer-se que a história da televisão está no momento que a académica Christine Rosen definiu como “a era do Egocaster”. Por isso será compreensível considerar-se que este médium está num época algo expectante e confusa, sendo importante encontrar-lhe uma identidade, passível de consenso, que o permita caracterizar no contexto múltiplo da realidade contemporânea.

No sentido de esclarecer essa identidade, há a necessidade de olhar para televisão e tentar identificar a sua base histórica: a arte de criar e de divulgar histórias. Tendo isso em mente, o presente trabalho comporta dois objectivos. Num primeiro momento, e tendo presente a matriz histórica da televisão, iremos analisar, de uma forma detalhada, as características, os desafios e as tendências que se associam à revolução digital que hoje se verifica na TV. Num segundo momento debruçar-nos-emos sobre a linguagem e as técnicas específicas implicadas na produção de conteúdos televisivos.

Deste modo, na primeira parte deste livro começamos por fazer um enquadramento histórico deste meio, com uma referência ao que se considera uma das bases da televisão — a transformação ótica de mensagens visuais.

Esta abordagem de uma natureza teórica continuará na segunda parte onde se passa para uma perspectiva mais empírica. Ter-se-á a preocupação de enunciar e identificar os elementos base da produção televisiva, tanto em termos de conteúdos gravados em estúdio como no

contexto do trabalho que é executado em exteriores. Serão também resumidos os géneros televisivos mais usuais nestas abordagens.

Na terceira parte passar-se-á aos elementos de âmbito mais técnico — iluminação, cenografia, áudio, dinâmicas de pós-produção, tipos de narradores e elementos de continuidade visual.

Na quarta parte haverá espaço para uma reflexão teórica e prospetiva relativamente ao novo paradigma de televisão do século XXI.