Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

VÍDEOJORNALISMO: A PRODUÇÃO E EDIÇÃO DE IMAGENS EM EVENTOS SOCIAIS.

Bruno José Coelho

Assis

2011

Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

VÍDEOJORNALISMO: A PRODUÇÃO E EDIÇÃO DE IMAGENS EM EVENTOS SOCIAIS.

Bruno José Coelho

Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso como requisito básico para a Conclusão de Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do município de Assis – FEMA.

Orientador (a): Prof. João Henrique dos Santos

Assis

2011

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus pelo dom da vida.

Aos meus pais Sr. Ramalho e Dona Isabel pela educação e motivação nos momentos difíceis da vida, ao amor e dedicação que tiveram para me criar mesmo nas dificuldades.

Ao meu irmão João Henrique que me ajudou nesta longa trajetória de estudos e contratempos.

Aos meus amigos e professores pela ajuda na realização deste trabalho, pois acreditaram no meu potencial.

Ao meu orientador o Professor João Henrique dos Santos pela paciência que teve ao me orientar neste projeto.

Obrigado a todos que não foram citados, pelo carinho, apoio e dedicação tanto nos momentos bons quanto nos difíceis, serei eternamente grato.

Dedicatória

Dedico a meus pais Ramalho e Isabel e aos amigos que contribuíram para elaboração do trabalho.

“A vida é uma peça de teatro que não permite

ensaios.Por isso, cante, dance, chore, ria e

viva intensamente, antes que a cortina se

feche e a peça termine sem aplausos.”

Charles Chaplin

RESUMO

O mercado de prestação de serviços em eventos sociais vem crescendo demasiadamente. São inúmeras produtoras de vídeo especializadas na captação de imagens e produção, cujo principal vertente e líder de procura, seja os casamentos.

Deste modo a captação de imagens em eventos sociais surge como uma ótima oportunidade para as produtoras de vídeo, sendo um mercado amplo que se abre para as empresas que apresentem algum diferencial.

Para tanto foi desenvolvida um estudo sobre o tema em uma feira de profissionais especializados na prestação de serviços na cidade de Assis, o Expo Assis Noivas, de modo em que fossem questionados quais são as expectativas e preferências dos clientes, quanto com os profissionais envolvidos neste mercado.

Por fim, após verificarmos as expectativas e tendências desse mercado associado ao glamour e o lado emocional e sentimental que dão importância ainda maior ao casamento, passaremos à análise técnica acompanhando todo o processo de produção de um casamento, dês do fechamento do contrato até a entrega do filme pronto ao cliente.

Palavras- chave: Casamentos, eventos, produção.

ABSTRACT

The Market for services is growing at social events too. There are countless video production companies that specialize in shooting and production, and a leader whose main component of demand, is marriage.

Thus the Shooting in social events come as a great opportunity for video producers, and a broad market that is open to companies that provide something differential.

To that end, we developed a study on the subject in a fair specialize in providing professional services in the city of Assis, “Êxpo Assis Noivas”, so they were asked what are the expectations and preferences of customers, the professionals involved whit this market.

Finally, after checking that marketing expectations and trends associated with glamour and sentimental and emotional side that give even more importance to marriage, we will provide a technical analysis accompanying the entire process of production of a marriage, ever since the closing of the contract until the delivery of finished film to the customer.

Keyword: Wedding, event, production.

SUMÁRIO

Introdução..... **11**

Capitulo 1..... **14**
1.1 - A Origem dos Primeiros Eventos..... **14**
1.2 - Os primeiros Eventos no Brasil..... **15**
1.3 **-** Um evento chamado Casamento..... **17**

Capitulo 2..... **20**
2.1 - A Chegada da Câmera no Brasil..... **20**
2.2 - A história da filmagem e a Evolução das Câmeras **21**

Capitulo 3..... **24**
3.1- O Perfil do Profissional de captação de imagens no Brasil..... **24**
3.2 - Elementos emocionais..... **26**
3.3 - A evolução na tecnologia dos equipamentos..... **27**

Capitulo 4..... **28**
4.1- Atendimento ao Cliente..... **28**
4.2-Divulgação do trabalho em Redes Sociais..... **29**

Capitulo 5..... **31**
5.1-Novas Tendencias: “Trash the Dress” e “The Day after”..... **31**

Capitulo 6..... **35**
6.1- Wedding Brasil..... **35**

Capitulo 7..... **39**
7.1 - Expo Assis Noivas..... **39**
7.2 - Objetivos Gerais da Pesquisa..... **40**
7.3 - Objetivos Específicos..... **40**
7.4 - Metodologia..... **40**
7.5 - Considerações Finais..... **48**

Capitulo 8..... **49**
8.1 - O Vídeornalismo, uma nova tendência em eventos sociais..... **49**
8.2 - Elementos e plataformas para captação e edição de imagens..... **50**
8.3 - A equipe de captação de imagens..... **51**
8.4 - A edição do vídeo..... **52**

Conclusão..... **56**
Bibliografia..... **57**
Referências Eletrônicas..... **58**

Anexos..... **59**
Apêndice A – Termo de Consentimento..... **59**
Apêndice B – Questionário de Avaliação..... ..... **62**

Lista de Figuras

Figura 1 - Jogos Olímpicos Antigos..... 14
Figura 2 - Conjunto Arquitetônico do parque do Ibirapuera..... 16
Figura 3 - Casamento Real de Willian e Catherine Middleton……. 18
Figura 4 - Filmagem de Casamento……. 19
Figura 5 - Chegada da câmera no Brasil..... 20
Figura 6 - Betacam Sony..... 21
Figura 7 - Canon EOS XSI, 450D -DSLR..... 23
Figura 8 - Fotografia de casamento..... 24
Figura 9 - Fotografia como obra de arte..... 25
Figura 10 - Casamento Cowntry (Marcela e Gustavo)..... 28
Figura 11 -Principais redes sociais do mundo..... 29
Figura 12 - Trash the dress de Karina Castillo…..... 31
Figura 13 - Trash the dress na praia…… 32
Figura 14 - Trash the dress em local obscuro..... 33
Figura 15 - The day after…… 34
Figura 16 - Layout do site Wedding Brasil…….. 35
Figura 17 - Palestrantes da edição 2011 do Wedding Brasil..... 36
Figura 18 - Palco de Palestras do Wedding Brasil 2011..... 38
Figura 19 - Logo Expo Assis Noivas..... 39
Figura 20 - Estande Expo Assis Noivas..... 41
Figura 21 - Encerramento da feira realizada no Victória Hall..... 42
Figura 22 - Estande da empresa RPE e as modelos do evento..... 42
Figura 23 -Casamento de cinema, imagens padrão DSLR..... 49
Figura 24 -Casamento Roberta e Leandro..... 52
Figura 25 - Imagens importadas para o projeto..... 53
Figura 26 - Seqüências de vídeo e escolha das músicas..... 53
Figura 27 - Sincronia do vídeo com o áudio..... 54
Figura 28 - Finalização do vídeo..... 54

Lista de Gráficos

Gráfico I - Maneiras pelas quais ficaram sabendo da feira.....43

Gráfico II - Objetivos dos clientes ao visitarem a feira……...44

Gráfico III - Principais fatores na escolha do profissional……..45

Gráfico IV - Procuram outro serviço além da filmagem e fotografia……46

Gráfico V - Importância da filmagem ou do vídeo de casamento…….47

Gráfico VI - Qualidade da feira……..48

INTRODUÇÃO

Desde os primórdios, o homem já sentia a necessidade de agir e interagir em grupos, com o intuito de aumentar seu relacionamento social, familiar ou até mesmo de lazer. Ele promovia reuniões em praças, festas de cortejo e uma série de acontecimentos que moviam a sociedade em seu período histórico cultural. Assim, todos esses acontecimentos tratavam-se basicamente de eventos históricos (GIACAGLIA,2004).

Evento é um sinônimo de acontecimento ou de ação, como por exemplo, o deslocamento de pessoas à determinada localidade para assistir, participar ou palestrar determinado acontecimento. Esses eventos possuem suas origens na antiguidade e vivenciaram diversos períodos da história da civilização humana chegando até nossos dias atuais.

Pode-se notar que há grande variação no segmento de eventos, com objetivos claramente definidos, tais como: feiras, convenções de vendas, congressos, roadshows, workshops, eventos sociais, eventos culturais e eventos desportivos (SILVA, 2004).

De acordo com o Dicionário Novo Aurélio, evento consiste em:

> Evento. [DO lat. Eventus.] S.m. **1.** Sucesso, acontecimento: “A sexualidade é e sempre foi... a causa... de grandes e pequenos eventos da vida corrente.” (Eduardo Frieiro, *O Brasileiro Não É Tão triste*, p. 40.) **2.** V. eventualidade (2). **3.** Qualquer acontecimento de especial interesse (espetáculo, exposição, competição, etc.) capaz de atrair um publico e de mobilizar meios de comunicação: A cronologia de *eventos de um festival*. **4.** Estat. Ocorrência, num fenômeno aleatório, de um membro de um determinado conjunto que se define *a priori;* ;acontecimento.**5.** Astrofis. Um ponto espaço-tempo de quatro dimensões. **6.***Fís. Part.* Conjunto de dados que representa uma interação entre partículas. (HOLANDA, 1999,p.854)

Conforme o Dicionário de Comunicação, evento pode ser definido como um:

> Acontecimento que se aproveita para atrair a atenção do público e da imprensa sobre a instituição. Pode ser criado artificialmente, pode ser provocado por vias indiretas ou pode ocorrer espontaneamente. Em geral, é programado, em todos os detalhes, no planejamento de ralações públicas, ou numa campanha de rp ou de propaganda. Os eventos podem ser promovidos em datas significativas do ano (Dia da árvore, Dia da Criança etc.), em ocasiões importantes para a organização (inaugurações, solenidades, seminários, lançamentos etc.) ou como um simples acontecimento de rotina de instituição. (RABAÇA; BARBOSA, 1995,p.251)

Nos dias atuais, graças ao aumento de eventos cada vez mais especializados em setores e segmentos, notam-se públicos específicos que, por sua vez, podem ser focados com maior eficiência a fim de se atingir interesses publicitários e comerciais, enfim de marketing.

A pesquisa que realizaremos neste trabalho busca encontrar quais são os aspectos que levam à população às feiras relacionadas a casamentos, quais são os pontos positivos e negativos para a realização de um evento e o que o consumidor realmente busca em eventos desse segmento.

A feira analisada será a “Expo Assis Noivas” realizada nos dias 27,28 e 29 de Agosto, no ano de 2011 na cidade de Assis. Mais especificamente, esse evento concentrou todo um público profissional e amador do ramo de prestação de serviços para eventos sociais, informando e apresentando todas as novidades do mercado, as tendências atuais que aliam a qualificação dos profissionais com as novas tecnologias utilizadas para fazer de um evento social um acontecimento inesquecível na vida do cliente.

Em âmbito nacional, o evento que reúne um grande número de profissionais da fotografia e produção de vídeos de casamentos também será explorado, o Wedding Brasil 2011.

Para GIacaglia:

> Os Eventos trazem comprovadamente resultados mais eficazes do que a propaganda que, por muitos anos e até recentemente dominou o mercado de comunicação e a preferência das empresas na aplicação de seus recursos de comunicação. (GIACAGLIA, 2004, p.11)

Além da pesquisa, profissionais com longa experiência no mercado darão seu parecer em relação às tendências e os rumos que a prestação de serviços sociais tomou com tanto sucesso, forma de atendimento, tendências e novas tecnologias.

Assim, o trabalho apresenta como é a edição de um casamento de forma detalhada, deste a captação da imagem até o termino da edição de modo em que esta seja realizada na forma de vídeojornalismo.

Capítulo 1

1.1- A Origem dos Primeiros Eventos .

O primeiro Evento registrado na história foram os Jogos Olímpicos da Antiguidade, realizados pela primeira vez em 776 a.C., em Olímpia, Grécia (MATIAS, 2007, p.3). Devido ao sucesso, o evento passou a ser realizado de quatro em quatro anos, durante mil anos, expandindo-se para outras cidades gregas. A mobilização das pessoas era tamanha que havia até trégua das guerras, muito comuns naquela época. Com o fim da era conhecida como Antiguidade, o evento foi suspenso até 1896, ano que marcou a primeira versão dos Jogos Olímpicos da Era Moderna, em Atenas.

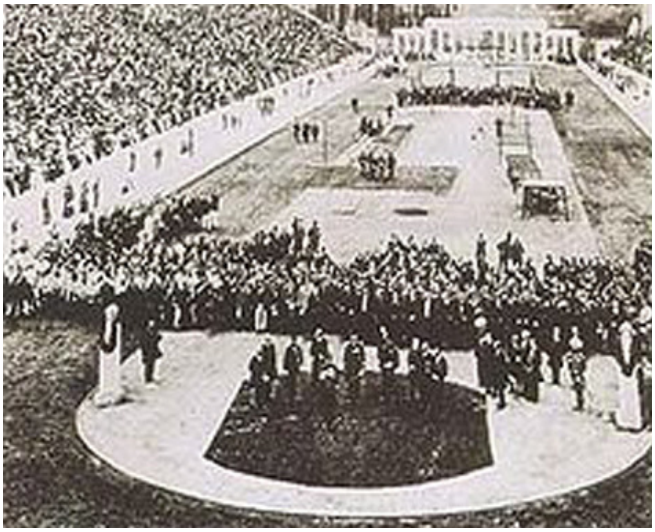


Figura 1- Jogos Olímpicos Antigos
(Fonte: WIKIPÉDIA.2008.)

Outro tipo de acontecimento, identificado na antiguidade, foram as festas Saturnálias, instituídas em 500 a.C., das quais derivam o Carnaval. O primeiro evento, denominado congresso, aconteceu em 377 a.C; em Corinto. Neste congresso elegeram Felipe o generalíssimo da Grécia nas lutas contra a Pérsia.(MATIAS, 2007 p.4)

Com a revolução industrial alterou-se completamente o quadro dos eventos, a economia manual foi substituída pela mecanizada, o vapor e outras fontes de energia substituíram o trabalho humano e animal, desenvolveram-se os meios de transportes e de comunicação. Toda essa evolução demandava estudos e pesquisas, acarretando o aparecimento dos eventos técnicos, ligados às ciências exatas e sociais, e científicas, ligadas à área da saúde e da natureza (MATIAS, 2007, p.6).

Porém apenas no século XX os eventos tiveram seu grande ápice de desenvolvimento, transformando-os em uma fonte econômica e social capaz de gerar empregos e movimentar a economia. Os macros ou mega eventos começam a se sobressair cada vez mais, destacando-se as Olimpíadas e a Copa do Mundo.

Com a evolução dos eventos, os equipamentos eletrônicos tiveram que ir ao encontro da evolução, sendo fabricados em larga escala, tornou a câmera de vídeo (ou câmera filmadora) um grande atrativo tecnológico, barateando substancialmente seu valor. Hoje encontram-se vários tipos de mecanismos com preços competitivos, possuindo inclusive câmaras fotográficas que filmam e câmaras filmadoras que fotografam. Isso sem contar as *webcams*, dispositivos que, ligados a algum tipo de processador (como computadores pessoais), conseguem fazer a captura de imagens como uma câmara de vídeo e transmiti-la via Internet.

1.2- Os primeiros Eventos no Brasil

O primeiro evento social no Brasil é anterior a chegada da Família Real, segundo registros do Ministério da Indústria e Comercio, eram algumas feiras que possuíam características semelhantes as que ocorriam na Idade Média. Esses eventos ocorriam geralmente aos domingos ou em dias santos, em paralelo aos festejos religiosos. Sendo que a mais famosa era a do Lago da Glória, no Rio de Janeiro, que mais tarde deu origem a um mercado. Esses eventos na época ficaram conhecidos como feiras, sendo aperfeiçoadas até chegar aos dias de hoje como grandes eventos e exposição.

O Brasil, se firma como organizador de feiras em 1922, realizando no Palácio de festas no Rio de Janeiro a Exposição Internacional do Centenário da Independência do Brasil. Paralelamente, outros eventos ocorriam em outros espaços como na Escola de Belas Artes. A Exposição Internacional do Centenário foi sem dúvida um grande evento e contou com a participação de quatorze países expositores sendo eles: Argentina, Estados Unidos, Portugal, Inglaterra, Bélgica, França, Noruega, México, Dinamarca, Itália, Suécia, Uruguai,Tchecoslováquia e Japão. No recinto do evento foram construídos 15 pavilhões que receberam cerca de 3.626.402 pessoas uma média de 12.723 visitantes por dia, uma grande média para a época. (Fonte: DEZENOVE VINTE, Arte Brasileira do Século XIX e Início do XX, 2008)

O Brasil e a realização de eventos tomaram outro grande impulso após a Segunda Guerra Mundial, mais especificamente, a partir da década de 1950, com a organização das classes profissionais e com o desenvolvimento industrial no país.

No conjunto arquitetônico do Ibirapuera, projetado por Oscar Niemayer é que aconteciam as grandes feiras em São Paulo, tais como o Salão do Automóvel, Salão das crianças dentre outras. Com a Inauguração do Palácio de Convenções do Anhembi, nos anos de 1970, os pavilhões destas feiras e eventos foram se transferindo para lá, pois o espaço da Bienal ia se tornando insuficiente devido ao grande numero de pessoas que visitavam o local.

Figura 2- Oca, Conjunto Arquitetônico do Ibirapuera
(Fonte: SP 457 anos de arquitetura, 2011)

Estas atividades de relação de troca entre consumidor e vendedor conhecida como eventos, foram se desenvolvendo a cada dia no país. A partir desse quadro, no século XX, começaram a surgir entidades e associações especializadas para planejar e organizar atividades publicas. Um exemplo é a UFI, União das Feiras Internacionais, criada em 1925 com o objetivo de coordenar os interesses de todas as feiras de âmbito internacional, estabelecer calendários, criar facilidades aduaneiras e de transportes, facilitar a criação de Feiras Especiais e proporcionar ajuda técnica as feiras dos países em desenvolvimento.

Em 1985, com o objetivo de orientar tecnicamente a implantação, construção e reformas de centro de convenções, surgiu a ABRACCEF, ou seja Associação Brasileira de Centro de Convenções, Expositores e Feiras, com a finalidade de promover o desenvolvimento institucional de seus associados, a integração e troca de informações relativas aos sistemas de tecnologia, marketing, planejamento, comunicação social, gerenciamento de eventos nacionais e internacionais.

A organização e estruturação dos eventos continuaram no país, em 1986 é criada a União Brasileira dos Promotores de Feiras- UBRAFE, com 16 associados,

com o objetivo de representar o setor de promoção e organização de feiras e negócios Junto a todos os segmentos da economia, entidade setoriais, órgãos do Governo ligados a promoção comercial ou turismo de negócio.

Atualmente, o Estado de São Paulo possui mais de uma centena de empresas organizadoras de eventos, e somente uma parte delas trabalha em parceria com as entidades representativas, desenvolvendo trabalho conjunto para a profissionalização e crescimento das atividades conhecidas como eventos.

1.3- Um evento chamado Casamento

Casamento ou matrimônio é o vínculo estabelecido entre duas pessoas, mediante o reconhecimento governamental, religioso ou social e que pressupõe uma relação interpessoal de intimidade, cuja representação arquetípica é a coabitação, embora possa ser visto por muitos como um contrato.

As pessoas casam-se por várias razões, mas normalmente fazem-no para dar visibilidade à sua relação afetiva, para buscar estabilidade econômica e social, para formar família, procriar e educar seus filhos, legitimar o relacionamento sexual ou para obter direitos com a nacionalidade.

Segundo os historiadores, a história do casamento remonta a Roma antiga, quando teria surgido a cerimônia religiosa com a presença da noiva, vestida especialmente para a ocasião, com destaque para as flores brancas e espinhos presos ao cabelo.

As flores representariam a felicidade e a vida longa e os espinhos afastariam os maus espíritos. Mais tarde foi acrescentado o véu, em referência à deusa greco-romana Vesta, protetora do lar, simbolizando a honestidade e a virgindade, virtudes imprescindíveis para uma boa prole e a continuação do “sangue”, segundo os costumes da época.

Foram os romanos também a criar um “direito do casamento”, instituindo a monogamia. Na idade média as mulheres perderam o direito de escolher seus maridos e isso ficou sendo uma decisão das famílias, que reservavam as meninas desde muito cedo para determinado parceiro.

O noivado ganhou muita importância, com a troca de alianças entre as famílias comprometidas mutuamente – e financeiramente – através do compromisso dos noivos. Nesta época o vermelho virou a cor preferida, simbolizando o sangue

novo da nova família. Surgiram as celebrações suntuosas, tendo a rainha Vitória, na Inglaterra, usado o primeiro vestido de noiva tal como conhecemos hoje em dia. Ela também teria inaugurado o “casamento por amor”, o sentimento básico que deveria unir um homem e uma mulher.

A história do casamento é a história da reprodução da vida, sendo que a ele estiveram associados ritos e significados que expressavam esta preocupação: a pureza e a fidelidade, a família e a reprodução, a bênção e as oferendas, a descendência e a virgindade, o amor e o companheirismo. Alguns ritos religiosos mantêm ainda hoje esta forte simbologia do casamento em relação à preservação da vida, principalmente entre as culturas indígenas.

Figura 3- Casamento Real , Willian e Catherine
(Fonte: PROTOCOLAR, 2011.)

A festa do casamento entre os camponeses brasileiros era também revestida deste sentido, muito ligado à vida da terra e das sementes: envolvia toda a comunidade que se empenhava nos preparativos, na arrumação da casa para os noivos, plantio de sementes para que o novo casal já começasse com uma boa horta ou até uma pequena lavoura, além de casais de animais e galináceos.
(http://www.portalsaofrancisco.com.br)

Além dos fatores religiosos, sociais e contratuais, segundo Renata Sagradi da editora Abril, a tendência hoje é transformar a união em um megaevento, e cada vez mais os noivos buscam

encontrar os elementos mais inusitados para complementar o momento de subir ao altar.

Todo ano no Brasil são oficializados mais de 950 mil casamentos que movimentam cerca de 10 bilhões de reais em setores de serviços como bufê, transporte, floricultura, locação, fotografia e filmagem, ou seja, um mercado amplo para prestação de serviços surgiu devido ao grande numero de eventos que as pessoas organizam para a comemoração e celebração da união.

Sendo assim, o registro desse momento “único” e afetivo torna-se de agrado dos noivos e cada vez mais fotógrafos e produtores de vídeo veem se especializando na captação desses momentos, desta forma, aumentando e qualificando o mercado.

Figura 4- Casamento Real , Willian e Catherine
(Fonte: FOTO E ART, Jaino, 2011.)

Capítulo 2

2.1-A Chegada da Câmera no Brasil

No dia 19 de junho de 1898, Afonso Segreto regressou de uma de suas viagens comerciais e trouxe uma càmara de filmar. Ainda a bordo do navio francês Brêsil, ele filmou a baia de Guanabara. Os jornais noticiaram que grandes surpresas apareceriam em breve.

No dia 5 de julho, os irmãos Segreto filmaram a visita que o presidente da Republica Prudente de Morais fez ao cruzador Benjamin Constant. A partir daí, todos os acontecimentos políticos e populares do Rio passaram a ser filmados, assim como as cenas recreativas que aconteciam pela cidade. (http://www.brasilcultura.com.br/audio-visual/primeiras-filmagens-no-brasil/)

O público queria a cada dia mais novidades. A fama de Pascoal Segreto espalhou-se pelo Brasil afora, e ele passou a ser chamado de “Ministro das Diversões do Rio de Janeiro”. Pascoal montou um laboratório próprio e logo os acontecimentos importantes passaram a ser reproduzidos e exibidos 48 horas depois no cinematógrafo do Salão Paris, no Rio de Janeiro.

Figura 5- Chegada da Câmera no Brasil

(Fonte: BRASILCULTURA, 2011)

2.2-A história da filmagem e a Evolução das Câmeras

Santos (2011) relata, que no início a captação de imagens em movimento era apenas um movimento cientifico, sendo que a primeira utilização desse recurso foi quando colocaram 24 câmeras dispostas em um circuito, perceberam então que ao sobrepor uma seqüência, tínhamos a impressão do movimento, com isso surgia à captação de imagens em movimento.

O cinema foi o ponto de partida, mas com o advento da TV era necessária mais agilidade. As primeiras câmeras eram de tubo e pesavam mais de 100 kg, logo as produções tiveram a necessidade de sair do estúdio. Apesar de mais agilidade, o VT ainda era separado do corpo do equipamento, era necessário mais de uma pessoa para gravar e monitorar o áudio. Com necessidade de mais agilidade o VT logo foi incorporado à câmera, surgiu então à Betacam que ate hoje faz sucesso na sua versão digital.

Figura 6- Betacam Sony
(Fonte: CSDUH.EDU, 2011.)

Como podemos ver, a evolução das câmeras é o resultado da necessidade de melhoria na produção somada a atualizações tecnológicas, à medida que os programas de TV vão evoluindo, o aparato tecnológico também tem que acompanhar, um exemplo é o surgimento das câmeras PD 170 da Sony e a XL1 da Canon que revolucionaram o mercado, pelo porte pequeno e qualidade da imagem.

A partir dai foi permitido filmar em varias situações que outrora não era possível, por exemplo, até sob a água.

A tecnologia cada vez mais confunde nossas cabeças, estamos sendo afogados a cada dia por novas informações, novos formatos e sistemas de gravação, fora o fato de que no menu das câmeras, cada vez mais temos opções e páginas.

O certo é que hoje o cinema e a TV caminham lado a lado, para dar um exemplo sobre isso, nos anos 90 George Lucas estava gravando o episódio 1 de guerra nas estrelas e sentiu a necessidade que atrelassem a qualidade do cinema com a velocidade das câmeras de vídeo, neste período ele pediu a Sony que desenvolvesse uma câmera que proporcionasse esses recursos, surgiu ai a HD cam ou mais conhecida como F900.

Foi nessa ocasião que o cinema se unia a TV, pois os processos e profissionais começavam a se misturar, depois da F900 surgiram outras câmeras que viabilizaram a produção de filmes, o então chamado cinema digital.

A Panasonic inovou com a DVX100 e em seguida em HD com a HVX200, essas câmeras gravam em 24 quadros por segundo, alem de captar as imagens em formato progressivo.

Mesmo com essas inovações os cineastas ainda não estavam satisfeitos com o tamanho da imagem, foi ai que apareceu a câmera RED ONE, no início ridicularizada pelo fato de seu inventor ser um fabricante de óculos, o dono da Ocley, mas em pouco tempo ela mostrou que veio pra ficar, com sua resolução 4k, enfim ela acabou agradando aos cineastas.

Se compararmos ela a uma câmera de cinema, talvez nem notemos as diferenças em relação à qualidade da imagem, a vantagem é que a red one custa em média 100 mil dólares, já as câmeras de cinema custam de 300 a 500 mil dólares.

A Nossa realidade se depara com as câmeras DSLR no vídeo, essas câmeras surgiram a partir da demanda dos profissionais de fotografia, que tinham a necessidade de capturar imagens em movimento, pois alem de suas fotos, enviavam as imagens para as web TVs de seus jornais. O sucesso dessas câmeras vem pela qualidade de imagem full HD, pela praticidade e pela profundidade de campo que os cineastas sentiam tanta falta nas câmeras de vídeo, tudo isso atrelado ao baixo custo.

Apesar do sucesso temos que ter a consciência de que as câmera padrões DSLR foram projetadas para capturar imagens estáticas, com isso alguns defeitos ficaram aparentes, o áudio não é bom, muito menos a trepidação, alem da limitação do tempo de gravação.

Atualmente para não ficarem para trás, os fabricantes de câmeras estão produzindo seus produtos explorando esses conceitos. A Panasonic mais uma vez chega à frente com a sua AF100, ela tem a vantagem de poder utilizar varias lentes de vários fabricantes, a Sony também lançou sua versão a linha NEX e seu mais novo lançamento a FS100.

A evolução das câmeras é cada vez mais veloz, hoje a nova bomba do mercado é a captação em 3D, impressionante quando levamos em conta que ainda nem exploramos todas as funções das câmeras DSLR.

Figura 7 - Canon EOS XSI, 450D –DSLR
(Fonte: CANON, 2011.)

Cabe ao profissional de captação de imagem estudar e aprimorar todas as novas tecnologias que dia a dia se desenvolve nas câmeras no mundo.
(http://marciosantostv.blogspot.com/2011/05/evolucao-das-cameras-de-video.html)

Capítulo 3

3.1- O Perfil do Profissional de captação de imagens no Brasil

No Social Podcast número 21, vários profissionais que trabalham no mercado de prestação de serviços em eventos sociais deram seu parecer quanto a inúmeros assuntos. Com a obrigação de trabalhar em sintonia com os profissionais de captação de imagens, os fotógrafos também têm papel fundamental na constituição da identidade única que cada casamento tem que receber. Portanto, trataremos neste capitulo, algumas questões fundamentais no mercado de captação de imagens em eventos sociais tais como o perfil do profissional, o elemento emocional, a importância do investimento na tecnologia dos equipamentos, as redes sociais como fonte de divulgação do material, e também a preparação e importância do atendimento ao cliente, entre outros assuntos.

Figura 8 - Fotografia de Casamento
(Fonte: ELLY, Allan, 2011)

Allan Elly é um fotografo brasileiro natural de Porto Alegre no Rio Grande do Sul. Alem de fotografar casamentos é professor da “Escola de Fotógrafos” situada também no Sul do Pais. Allan Elly, diz que abandonou o curso de Economia já em seu ultimo ano, para seguir a carreira de fotógrafo social, pois notou que no sul, a discrepância para o restante do país era notória em relação ao profissional que trabalha na prestação de serviços em eventos sociais, mais precisamente o profissional de fotografia e entrou no mercado com o objetivo de diferenciar e qualificar o padrão que já conhecia.

A gota d'água para Allan Elly, conforme dito na entrevista foi quando viu o álbum de formatura da faculdade de sua esposa, na época ainda namorada, há quatro anos, onde as fotografias tiradas com câmeras padrão DSLR ficaram inferiores as suas tiradas com uma cyber-shot apenas por diversão.

Allan entende que esse Nicho de mercado cujos seguimentos e necessidades particulares são pouco explorados para o diferencial, qualifica o nível dos profissionais e a questão de identidade que cada profissional cria, personificando seu trabalho do material entregue ao cliente é fator preponderante.

Figura 9- Fotografia como obra de arte
(Fonte: ELLY, Allan, 2011)

Assim como um pintor tem suas características próprias em cada obra permitindo que ao olhar um quadro já se saiba quem foi o artista responsável, assim também deve ser o profissional de fotografia, buscar o diferente e abusar da criatividade na hora da captação da imagem é o que diferencia os bons profissionais. Allan Elly cita ainda que tanto os bons profissionais de fotografia quanto os produtores de vídeo no Brasil são verdadeiros mágicos, pois o que fazem em um curto espaço de tempo é absurdo, muitas vezes conseguem resultados e imagens maravilhosas em quinze minutos de making of da noiva se arrumando, e 10 minutos depois já estão na igreja filmando a chegada do noivo. Toda essa "correria"

exige muito do profissional no dia do evento, muitas vezes o fotografo ou o cinegrafista fica de 8 a 12 horas em pé com a câmera na mão registrando momentos marcantes do casal, por isso o planejamento para todos os eventos é fundamental, começando no dia a dia nos estúdios.

É cada vez menos viável o profissional “faz tudo” na empresa, filma, atende, fotografa, edita, cuida da divulgação dentre outras funções. O planejamento e organização de horários e funções são fundamentais para um melhor rendimento, diz Allan Elly em sua entrevista.

(http://www.socialpodcast.com.br/, 2011)

3.2- Elementos emocionais

O sistema de fotografia e captação de imagens em eventos sociais, mais particularmente em casamentos, tem um padrão técnico quando se diz respeito a equipamentos, além de um ideal pra se buscar referente à iluminação, enquadramento, postura, posição dentre outros fatores que são particulares de cada profissional na sua maneira de trabalhar, mas o que realmente falta segundo Allan Elly, é o profissional apaixonado pelo que faz.

O elemento “paixão” é definido segundo a Administradora Marizete Furbino no seu artigo “Paixão, a força que impulsiona” como: “... dedicação, zelo, empenho, comprometimento, envolvimento, motivação, energia, alegria, entusiasmo e eventuais dividendos, advêm da paixão pelo que fazemos.”

Se tivermos paixão pelo que nos propusermos a fazer não sentiremos nosso trabalho como um fardo, pois teremos prazer em exercer nossa função. Assim, sentindo paixão pelo que fazemos constituimos hoje um diferencial.

Portanto Allan Elly ressalta que, o conhecimento e a “bagagem” profissional é fundamental para os profissionais, mas o que é diferente nesse mercado tão afetivo, que faz com que se registrem momentos únicos de cada cliente, envolvendo emoções, sentimentos, dentre outros fatores particulares é a paixão e dedicação do profissional envolvido.

(http://www.socialpodcast.com.br/, 2011)

3.3- A evolução na tecnologia dos equipamentos

O que era top de linha em 2008 como referencia de iluminação, flashes e ate mesmo câmeras, hoje é ultrapassado. Manter-se informado quanto a novidades de mercado não é privilégio, mas sim uma necessidade, assim como foi visto na entrevista do cinegrafista e diretor de televisão Marcio Santos no capitulo 2, citando a evolução das câmeras filmadoras, todo o material utilizado pelo fotografo referente à captação de imagens externas ou na finalização do material na área de edição e produção do álbum de fotografia, apresentam novidades a todo o momento e o investimento em tecnologia dos equipamentos que mantenha o material do profissional no topo é fundamental.

Além de fotografo, Allan Elly também tem uma equipe que trabalha na produção do vídeo de casamento, e ressalta a importância e facilidade de trabalharem em parceria em toda estrutura de planejamento do casamento, dês da divulgação do trabalho, atendimento, questões contratuais até o trabalho prático do ato de captar as imagens do evento.

Para manter sua equipe de vídeo em dia com a tecnologia e padrão de produção que temos hoje, Allan Elly diz que investiu uma grande quantia em material para captação e edição full HD, porem com o surgimento do sistema DSLR nas câmeras fotográficas para captação de vídeo e tamanha diferença em termos de qualidade na profundidade de campo da imagem, Allan teve que se adaptar usando as filmadoras Full HD como câmera fixa no tripé, como base da imagem e principal captadora de áudio, já que essas câmeras possuem qualidade extremamente alta na captação de áudio, enquanto isso abusa da capacidade e qualidade de imagem da câmera DSLR para fazer a chamada “câmera móvel” que se desloca por todo o ambiente do casamento para captar imagens precisas por vários ângulos e perspectivas

Capítulo 4

4.1- Atendimento ao Cliente

O profissional de captação de imagens seja ele fotografo ou produtor de vídeo não vive apenas das suas 8 horas captando imagens nos eventos, assim como já foi dito é preciso organização, e o atendimento é o primeiro passo para criar um vinculo de confiança com os Noivos.

Grande parte dos profissionais começam o processo de atendimento online através de orçamentos e em alguns casos catálogos de investimentos com todas as informações referentes a preços, forma de pagamentos, pacotes e parcerias, além é claro do conteúdo produzido pelo profissional, divulgados em sites ou outros meios de comunicação.

Allan Elly ressalta a importância de o cliente chegar ao ambiente de atendimento, sabendo o que vai encontrar.

O ambiente do atendimento também deve impressionar o cliente, um local arejado de aspecto clean e com material de interesse do cliente visível é fundamental.

É interessante passar na TV um Slide show com o material produzido, expor álbuns e materiais que se identifique com o cliente, Allan Elly cita um exemplo, se um casal de noivos vai casar na fazenda, mostre um conteúdo que foi produzido na fazenda, ou seja, demonstrar interesse pelo cliente, ter rapidez de raciocínio, material de amostra preparado e passar confiança de que você pode oferecer o que ele espera é fundamental.

Figura 10- Casamento Marcela e Gustavo
(Fonte: FOTOEART, Jaino, 2011)

Outros fatores importantes são a oratória bem preparada, simpatia, uma relação próxima com o cliente oferecendo a ele tranqüilidade e garantias de que você é capaz de registrar um momento importante da historia do casal.

Um dos maiores problemas citados por Allan Elly é a banalização do preço, muitas vezes o cliente busca o preço baixo e não a qualidade, e não entendem que aquilo é um investimento em algo que vai ficar marcado para sempre e não apenas um gasto.

Os noivos quando vão ao local de atendimento, buscam paciência e informação, portanto um local tranqüilo e disponibilidade de tempo são fundamentais. Uma reunião pode durar 15 minutos ou 2 horas o importante é mostrar o que o profissional tem para oferecer ao cliente, vangloriar-se não é o caminho afirma Allan Elly muito menos diminuir-se, é necessário ter confiança no seu trabalho e no seu preço.

Depois de contrato fechado e garantias de pagamento, muitos profissionais acomodam-se, o que não é correto. O pós-atendimento ate o dia do casamento é fundamental. Estar sempre prestativo quanto a duvidas dos noivos, interesse em locais e ambientes que posam ser usados na captação de imagens também é importante para que os noivos sintam se a vontade com o homem atrás da câmera. (http://www.socialpodcast.com.br/socialpodcast-21-dicas-atendimento/)

4.2-Divulgação do trabalho em Redes Sociais.

É evidente e notório que as redes sociais tornaram-se o maior fenômeno de comunicação dos últimos 10 anos, é praticamente impossível encontrar alguma pessoa que tenha acesso a rede, que não tenha se quer uma conta em qualquer rede social dentre as varias que conhecemos nos dias de hoje.

Figura 11 - Principais redes sociais do mundo
(Fonte: WIKIPÉDIA, 2011)

Por conta disso, empresas de todos os seguimentos usam dessa ferramenta para a divulgação de seu trabalho. Stephanie Kohn publicou um artigo no site olhar digital com o seguinte tema: ”Redes sociais: a grande ferramenta do marketing digital colaborativo” e diz**:**

> *”Hoje em dia muito se fala do marketing digital colaborativo - uma maneira de disseminar os conteúdos por meio das redes sociais e multiplicar o alcance das ações. O processo é simples e inteligente: a empresa e sua marca promovem ações de relacionamento com seus clientes e os próprios clientes ajudam a espalhar as informações por toda a rede” (KOHN, 2011).*

No mercado de prestação de serviços para casamentos não é diferente. Allan Elly diz que hoje em dia os noivos antes de qualquer outra coisa buscam o material do fotografo e das produtoras nas redes sociais, portanto é importante saber o que postar e preparar um conteúdo estético e de fácil acesso ao cliente. Diz ainda que esse seja “O Melhor marketing” pra quem quer divulgar seu trabalho, mas o cuidado com o que postar também conta, pois assim como grandes empresas usam das redes sociais como fonte de informações para contratar um novo profissional, o cliente também busca informações do profissional de fotografia e captação de imagens nas redes sociais, é inaceitável fazer do perfil profissional que expõe o seu conteúdo de trabalho, uma vertente pessoal, com informações e opiniões que posam denegrir a imagem profissional.

A divulgação de Slide shows com o conteúdo produzido, informações do profissional, métodos de trabalho e até sistema de pagamento tem que ser de conhecimento dos noivos de antemão, para que o cliente chegue ao local de atendimento sabendo como cada profissional trabalha e que nem tudo seja surpresa, e a melhor maneira de passar essa informação está nas ações de marketing efetuadas nas redes sociais afirma Allan Elly.

Capítulo 5

5.1-Novas Tendencias: “Trash the Dress” e “The Day after”

Além da captação de imagens da parte formal do casamento, incluindo cerimônia religiosa, civil, festa, making of do noivo e da noiva e das imagens registradas no caminho entre a igreja e a festa em um ambiente bonito (algum jardim ou locação de agrado do casal de Noivos), uma nova tendência tem agradado os Noivos, se tornado moda e feito muito sucesso nos pacotes de fotógrafos e produtores de vídeo, o Trash the Dress.

Figura 12 - Trash the dress de Karina Castillo
(Fonte: ROCHA, Evandro, 2009.)

O "Trash the Dress" é uma proposta de ensaio fotográfico de casamento em que não existe preocupação com o vestido. A noiva pode rolar na areia, entrar na água, deitar no chão, enfim, ficar bem à vontade para a sessão de fotos, que acontece dias depois da cerimônia ou da lua-de-mel.

Pela tradução literal, "Trash the Dress", de origem norte-americana, seria "jogar o vestido no lixo", porém a versão da proposta adotada no Brasil não costuma ser radical ao ponto de não sobrar nada do modelito. "Somos mais flexíveis; a noiva não destrói o vestido, apenas não tem medo de sujar e molhar", explica o fotógrafo

Jared Windmüller, um dos primeiros a trabalhar com a tendência no Brasil. "Quer sujeira pior do que aquela da barra do vestido depois de arrastá-lo pelo salão?", brinca o profissional de Florianópolis (SC).

Evandro Rocha, fotógrafo que trabalha com o "Trash the Dress" no interior de São Paulo, também acredita que o ensaio agride menos o vestido do que a própria festa e garante que é possível fazer as fotos com vestido alugado. "Dá impressão que vai destruir a roupa, mas na prática não é isso o que acontece", diz o profissional.

Uma das clientes de Rocha assina embaixo: "Meu vestido ficou bem sujo porque a água da cachoeira onde fotografamos tinha muito barro, mas nada que o sistema de lavagem não resolvesse", conta Karina Ferreira Castilho, de São José do Rio Preto (SP). Ela diz que a loja onde alugou o vestido sabia do ensaio e inclusive a autorizou a ficar com a peça por mais tempo, pois o "Trash the Dress" foi realizado quase um mês depois do casamento.

No entanto, Anderson Miranda, fotógrafo pioneiro no estilo no Brasil, esclarece que muitas vezes os estabelecimentos de locação não simpatizam com a proposta, já que não existe garantia de que a peça voltará perfeita. "A ideia do ensaio é colocar o vestido em risco. A noiva não pode se preocupar com isso; ela tem que desencanar", explica. Porém Miranda também acredita que a festa pode ser muito mais "destrutiva" que a própria sessão fotográfica.

O "Trash the Dress" exige uma certa ousadia tanto da noiva quanto do noivo, que também participa das fotos com a roupa usada no casamento, por isso quem topa fazer o ensaio precisa estar disposto a se soltar. “O resultado depende muito do casal, da empolgação”, explica Jared Windmüller. "O fotógrafo tem que interagir com o casal desde o começo, deixá-lo bem à vontade", complementa.

Figura 13 - Trash the dress na praia
(Fonte: WINDMULLER, Jared , 2009)

"É preciso driblar a tensão, a insegurança e a timidez do casal, transformando a sessão fotográfica numa grande diversão", afirma Anderson

Miranda, que realizou o primeiro ensaio "Trash the Dress" no Brasil em agosto de 2008, depois de estudar o conceito nos Estados Unidos.

O local escolhido para o ensaio deve permitir, de preferência, ambientes variados e inusitados. Uma praia com mata, por exemplo, ou uma fábrica abandonada com um lago por perto. O elemento água é importante, pois, em geral, o "Trash the Dress" termina com o vestido molhado.

Na opinião de Evandro Rocha, as fotos devem ter uma atmosfera obscura, por isso é importante utilizar iluminação e filtros adequados, bem como escolher um cenário exótico e fora do convencional. "Não é legal fazer num lugar bonitinho. Um bosque com flores coloridas e cerquinha de fazenda não serve. O melhor é no mato, com árvores caídas, folhas secas", explica o fotógrafo.

Figura 14- Trash the dress em local obscuro
(Fonte: ELLY, Allan, 2011.)

Quem prefere um ensaio mais delicado ou não quer molhar o vestido pode aderir a uma versão "mais light": o "The Day After". Segundo o fotógrafo El Grego, que mora

há cinco anos no Brasil, esse estilo é muito comum na Europa. "No 'Trash the Dress' americano, a noiva destrói o vestido, mas com glamour, num ambiente dramático e com água. Já no 'The Day After', o casal é fotografado depois do casamento num local que combine com seu estilo", diz o profissional.

El Grego revela que procurou juntar essas duas tendências no Rio de Janeiro, fazendo fotos tanto na praia (sem a necessidade de entrar no mar) quanto em locais alternativos, como embaixo do túnel ou na favela. O fotógrafo conta que até já acompanhou os noivos na lua-de-mel: "Eles queriam registrar os momentos logo após o casamento e nossa equipe acompanhou a viagem durante três dias".

O resultado final do "Trash the Dress" e do "The Day After" costuma ser apresentado num álbum de fotos separado, complementar ao álbum de casamento, em formato de fotolivro. Quem já casou mas ainda guarda o vestido de noiva também pode aderir à ideia.

Figura 15- The day after de Bruna e Daniel (Fonte:EL GREGO, 2011)

Capítulo 6

6.1- Wedding Brasil

A escolha do profissional de captação de imagens de Casamento requer uma série de pesquisas, para que os noivos estejam informados sobre qualidades, padrões e valores dos profissionais contratados para registrar um dos momentos mais importantes de sua vida.

Por outro lado, os profissionais estão sempre buscando novas informações e conceitos para aperfeiçoamento de seu trabalho.

Entendendo a evolução do mercado e as necessidades de aprimoramento dos conceitos tanto técnicos quanto empresariais, Feiras com esse tema foram acontecendo pelo Brasil a fora.

Uma das mais famosas feiras de Profissionais no seguimento de prestação de serviços de casamento do Brasil e da América Latina é o Wedding Brasil, que em 2011 teve sua 3ª edição.

O Wedding Brasil é uma realização da Editora Photos, empresa que há mais de dez anos atua no segmento fotográfico inserindo no mercado informações de qualidade através de suas publicações.

Figura 16- Layout do site Wedding Brasil
(Fonte: WEDDING BRASIL, 2011.)

O público alvo do congresso são fotógrafos amadores, intermediários e profissionais, de toda América Latina, em busca de dominar e reciclar o conhecimento sobre a fotografia de casamento.

O Wedding Brasil é um evento de reciclagem, oportunidades e troca de experiências. Surgiu como pioneiro por focar exclusivamente a fotografia de casamento, ao trazer aos profissionais da área acesso a informações técnicas e de qualidade.

Definido como “O maior congresso especializado em fotografia de casamento da América Latina", em sua terceira edição o Wedding Brasil se programou para uma maratona de seis dias de evento, totalizando uma vivência de mais de 52 horas de fotografia de casamento. A edição 2011 contou com uma grade de palestrantes internacionais e nacionais, foram três dias de congresso e mais três dias de workshops, com o objetivo de ampliar de maneira consistente os conhecimentos em linguagem, marketing, técnicas, equipamentos ou estilos fotográficos.

Figura 17 - Palestrantes da edição 2011 do Wedding Brasil
(Fonte: WEDDING BRASIL, 2011)

No ano de 2011, a feira mais uma vez teve a participação de profissionais respeitados do Brasil e do exterior, realizando workshops sobre diversos assuntos, dentre eles:

- David Beckstead (Estados Unidos) com o workshop: Composição e Design.
- Ed Atrero (Estados Unidos) com o workshop: Improvise fotografando em qualquer condição de Luz.
- Fer Juaristi (México) com o workshop: Pós Produção na Fotografia de Casamento (Edição +Tratamento).
- Joseph Victor Stefanichik (Estados Unidos) com o workshop: Utilização do flash remoto (off câmera).
- Riccis Valladares (Estados Unidos) com o workshop: Seu trabalho pode sim virar uma obra de arte! Como agregar valores e gerar resultados.

Dentre os brasileirões estavam:

- Evandro Rocha (Brasil) com o workshop: Iluminação criativa na fotografia de casamento.
- Fábio Laub (Brasil) com o workshop: Aumente seu lucro com uma boa estratégia de vendas.
- Jared Windmuller (Brasil) com o Workshop: Como produzir, fotografar e vender.
- José Roberto Comodo (Brasil) com o workshop: Contratos: Proteja-se através de tópicos imprescindíveis.
- Vinicius Matos (Brasil) com o workshop: Dirigir é influenciar: como fazê-lo?
- Ale Carnieri (Brasil) com o workshop: Linguagem da Luz.
- Márcia Charnizon (Brasil) com o workshop: Enganando a mente: Luz e poesia aplicada da direção de cena.
- Lauro Maeda (Brasil) com o workshop: O intervalo perfeito entre a cerimônia e a festa.

- Rodrigo Bressane (Brasil) com o workshop: Fluxo digital na fotografia de casamento.
- Daniel Torraca (Brasil) com o workshop: DSLRs: Um novo conceito de vídeo.
- Joel e Isa Reichert (Brasil) com o workshop: Fotógrafo artista: Do clique a finalização.

(“http://www.weddingbrasil.com.br”, 2011)

Figura 18- Palco de Palestras do Wedding Brasil 2011
(Fonte: WEDDING BRASIL, 2011)

Capitulo 7

7.1-Expo Assis Noivas

Reconhecendo o crescimento do mercado e o aumento de noivos buscando informações sobre valores e tendências, os principais profissionais da região se uniram na feira “Expo Assis Noivas”, sob a presidência e organização de Silvio César (DJ de eventos sociais reconhecido em toda região.), que obtêm todos os direitos do evento e gentilmente aceitou que a pesquisa fosse aplicada.

Figura 19- Logo Expo Assis Noivas
(Fonte: “http://www.assisnoivas.com.br”, 2011)

Entendendo que a feira tem o objetivo de esclarecer duvidas, mostrar tendências e acima de tudo dar ao cliente um “leque” de opções no mercado, uma pesquisa foi aplicada a 50 casais que passaram no estande da produtora de vídeo Rodrigo Produções e posteriormente, em casais que passaram pela feira e desta forma se interessaram pelo serviço e se dirigiram as instalações da empresa Rodrigo Produções para analisarem orçamentos e até mesmo fechar contratos.

7.2- Objetivos Gerais da Pesquisa

- Verificar quais são as intenções da população perante suas idas aos eventos sociais realizados pelas empresas

7.3- Objetivos Específicos

- Identificar quais foram os meios pelos quais os noivos ficaram sabendo da existência do evento.

- Analisar o que os casais realmente buscam na Feira;

- Verificar o grau de satisfação dos visitantes em relação ao evento;

- Entendermos a visão do cliente ao trabalho realizado por fotógrafos e produtores de vídeos em eventos sociais.

7.4- Metodologia

A análise do trabalho será realizada com aproximadamente 50 pessoas de ambos os sexos, que estarão visitando o evento Expo Assis Noivas na cidade de Assis interior de São Paulo, este evento será realizados entre os dias 27 e 29 de agosto de 2011.

Serão incluídos os participantes que estiverem de acordo com as prerrogativas, do mesmo modo, serão excluídos os participantes que não aceitaram participar da pesquisa.

Inicialmente será aplicado um questionário proposto pelo próprio pesquisado, para avaliação dos participantes (Apêndice A), onde o participante será instruído a responder a perguntas propostas pelos examinadores através de um questionário criado pelo próprio pesquisador. O questionário possui questões relacionadas às

questões que levam a população a prestigiarem um evento social no qual varias empresas de produção de eventos estão expondo seus projetos, em seguida o pesquisador ira detalhar como é a edição de um Casamento nos dias atuais, nos padrões modernos do vídeojornalismo.

O questionário visa avaliar as expectativas dos clientes que passarem pelo estande da Produtora de Vídeo Rodrigo Produções, onde o proprietário disponibilizou o espaço para realização deste projeto.

A presente pesquisa tem o cunho exploratório e caráter qualitativo, baseada nas pesquisar bibliográficas e na exploração dos meios e dos modos de produção de um vídeo de casamento.

Figura 20- Estande Expo Assis Noivas
(Fonte: “http://www.assisnoivas.com.br”, 2011)

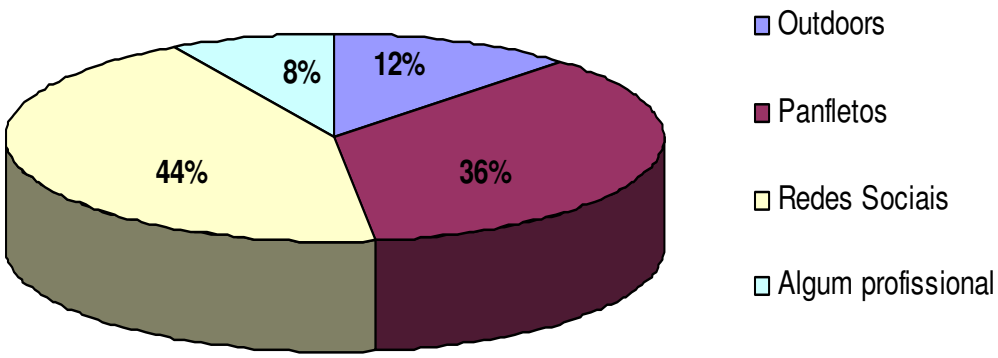
Figura 21- Encerramento da Feira realizada no Victória Hall

(Fonte: “http://www.assisnoivas.com.br”, 2011)

Figura 22- Estande Rodrigo Produções com as modelos do evento

(Fonte: “http://www.assisnoivas.com.br”, 2011)

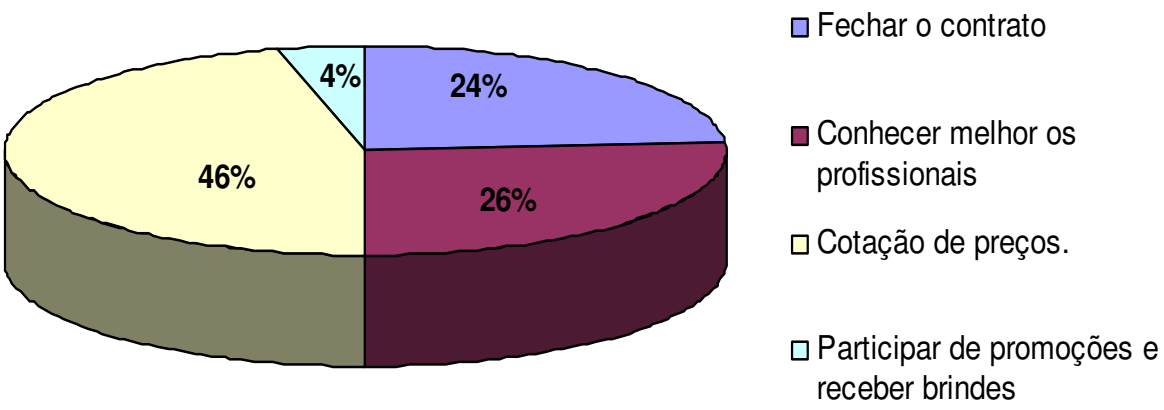
Gráfico I - Maneiras pelas quais ficaram sabendo da Feira.



A partir dos dados obtidos, fica evidente a importância das redes sócias na divulgação e promoção de eventos e comprovamos que essa ferramenta deixa o anunciante e o receptor muito próximos, desta maneira é totalmente aconselhável que cada vez mais empresários utilizem as redes sociais de maneira correta e de claro entendimento para o cliente.

Vale ressaltar que outdoors e panfletagem também são boas maneiras de fixar a mensagem na cabeça dos receptores de maneira discreta, no dia a dia, seja no caminho para o trabalho no passeio com a família, é sempre uma alternativa eficaz.

Gráfico II- Objetivos dos clientes ao visitarem a feira.



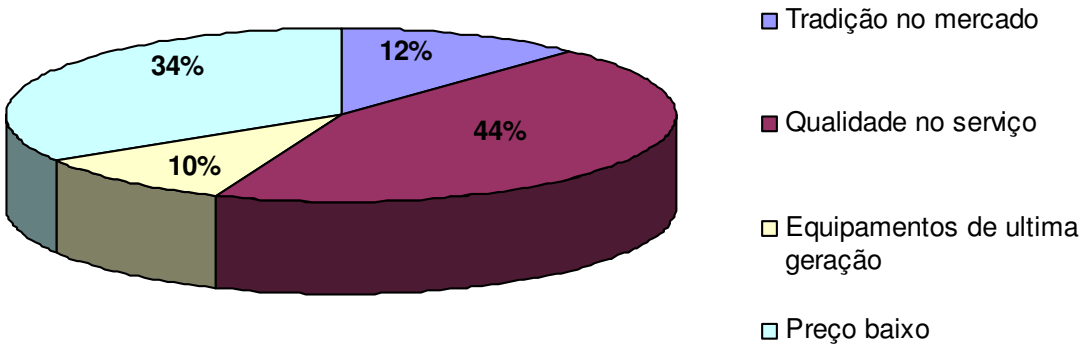
Tomar conhecimento do preço e das diferentes propostas que cada profissional tem para oferecer é o que o cliente busca em primeiro lugar em uma feira com vários profissionais do mesmo seguimento como a feira em questão.

Menos de um quarto das pessoas vão para estes eventos com o objetivo de fecharem o contrato de prontidão. Observar propostas, conhecer melhor os profissionais e cotar preços é o objetivo de quase 75 % dos visitantes das feiras.

Conseguir fechar um contrato neste tipo de evento é difícil, porem não impossível. Promoções especiais e brindes ajudam a atrair o cliente e quem sabe, com um bom atendimento e outros atrativos sejam eles econômicos ou promocionais, conseguirem bater o martelo e fecharem o negocio no próprio estande.

Porém o gráfico III vem com um dado importante, na hora que o cliente resolve fechar o contrato, o preço ainda é relevante. Muitos preferem um preço baixo a um serviço de maior qualidade, dessa maneira os profissionais acabam tendo que baixar o preço para não ficarem para trás no mercado

Gráfico III- Principais fatores na escolha do profissional.



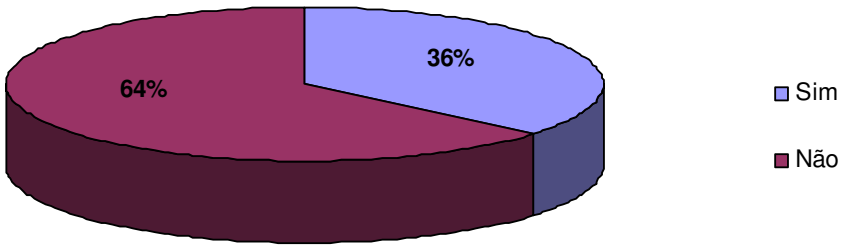
A busca por material de qualidade a um preço acessível é a meta de todo cliente. Nesse gráfico ficou notório que o valor do produto ainda é preponderante para a escolha de um serviço, porem, a qualidade sempre fala mais alto.

Uma das maiores reclamações dos profissionais de captação de imagens de eventos sociais é a banalização do preço, ou seja, um profissional faz o mesmo serviço a um preço bem mais baixo do que o padrão e com uma qualidade inferior, uma maneira de agradar o cliente que busca acima de tudo o valor baixo como primeiro item a ser levado em conta para contratar um profissional.

Desta maneira o profissional que investiu pesado em tecnologia e em profissionais qualificados para a realização da captação de imagens e edição do casamento, acaba tendo que diminuir o seu preço para não ser esquecido no mercado.

Uma maneira de mudar isso seria conscientizar o cliente de que o preço é compatível com a qualidade do material entregue. Preço baixo nem sempre é o melhor negócio, pois o resultado final pode não ser o esperado.

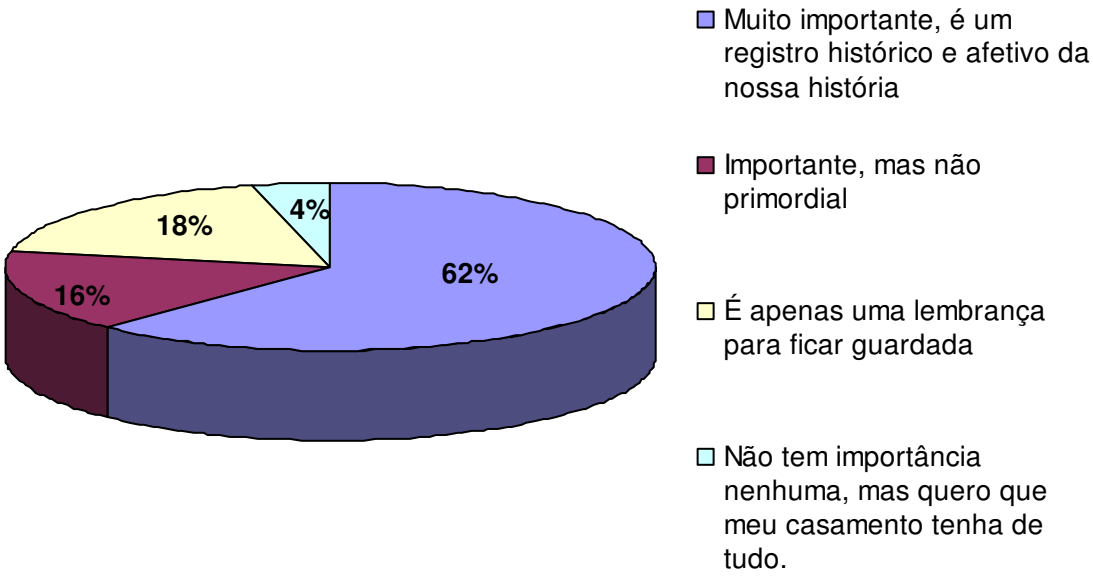
Gráfico IV- Procuram outros serviços além da filmagem e do vídeo do casamento.



Dos entrevistados que passaram pelo estande da produtora de video Rodrigo Produções, 64% buscavam profissionais só da filmagem ou da fotografia e apenas 36% buscavam outros serviços.

Estes dados mostram que a fotografia e o vídeo do casamento, foram os principais atrativos da feira, e os elementos que os clientes mais procuraram alternativas, portanto a participação dos profissionais dessas áreas para as próximas feiras devem contar sempre com um atrativo para apresentar ao cliente que seja o diferencial da sua empresa para as outras.

Gráfico V- Importância da fotografia ou do vídeo de casamento para os clientes.



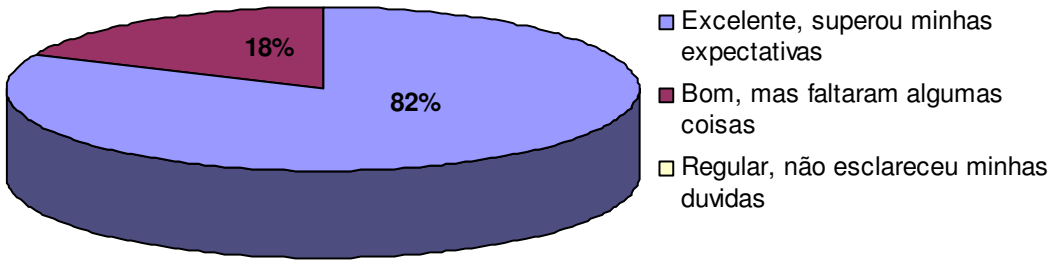
A pesquisa apontou que 62% dos casais entrevistados acham o registro fotográfico e o vídeo de casamento muito importante e consideram fator essencial no contexto geral do casamento.

Esse dado revela que, realmente o mercado vem crescendo e os clientes tem consciência disso. Podemos até dizer que “a moda“ para noivos são os vídeos que aliam modernidade e requinte mas que também contem a historia do casamento do casal.

Foram poucos os entrevistados que consideraram os serviços de captação de imagens sem importância, ou que acham que é apenas um material para ficar guardado, apenas 22%.

Finalmente, perguntamos qual a avaliação da Feira

Gráfico VI- Qualidade da Feira



Dos entrevistados 82 % acharam o evento ótimo, 18% acharam bom e para nossa surpresa e para o bem do evento, não tivemos nenhuma citação negativa ou regular.

7.5- Considerações Finais

Pelos dados resultantes da pesquisa aplicada na feira Expo Assis Noivas, conseguimos obter as informações de que os casais de noivos estão atentos as novas tendências do mercado e buscam a qualificação do trabalho aliado a um preço competitivo.

Podemos observar também o grande sucesso da feira, e que esses eventos são de total aprovação da população, haja vista o alto numero de visitantes e o baixo numero de reprovação ou críticas.

Fora da pesquisa, mas vivenciando o dia a dia da feira podemos observar que um dos diferenciais do evento comentados pelos visitantes foi o atendimento. Os atendentes que foram pra o evento conseguiram passar as informações necessárias sobre os serviços e a empresa, e pela atenção dada a cada visitante, conseguiram resultados satisfatórios.

Capítulo 8

8.1- O Videojornalismo, uma nova tendência em eventos sociais.

"Nosso objetivo é fazer um filme que emocione, que as pessoas gostem, que seja fácil de assistir e que dê prazer ao recordar aqueles momentos"
(FISHER, Ricardo; Conheças as novas tendências de vídeos de casamento, 2011)

As produtoras de vídeo especializadas em eventos sóciais, por muito tempo fizeram da edição do vídeo uma simples reprodução das imagens capturadas com apenas cortes de balanço de câmera, áudio ruim ou outros fatores que prejudicavam o andamento do vídeo na integra.

Esses vídeos com duração de mais de 3 horas nunca foram o principal atrativo para que qualquer que seja a pessoa, para na frente da TV e assista na integra tudo.

O padrão de edição de videojornalismo, ou em alguns lugares conhecidos como "casamento de cinema" veio para mudar esse conceito de que o casamento tem que ser uma coisa chata e pouco atrativa para se assistir.

Figura 23- Casamento de cinema, padrão DSLR
(Fonte: MACHADO, TÚLIO; 2011)

No vídeojornalismo, um roteiro é adequado com as imagens capturadas, e uma historia é contada de maneira que o tempo do corte de vídeo se adéqüe a musica escolhida para ser a trilha sonora daquele momento.

O vídeo é resumido em seus principais tópicos e a seleção de imagens em seqüência tem o objetivo de emocionar, fazer rir ou expor qualquer outro tipo de sentimento, que torne aquele momento em que se está assistindo o filme emocionante e desperte a vontade do receptor de assistir o vídeo de novo.

O surgimento das câmeras que filmam em padrão HD ou DSLR, facilitaram esse processo, pela sua praticidade de deslocamento e facilidade de trocar a lente de acordo com o ambiente ou imagem que se deseja captar.

8.2- Elementos e plataformas para captação e edição de imagens.

Neste capitulo será demonstrado os procedimentos da edição de casamento nos padrões de vídeojornalismo. O Casamento escolhido é o de Roberta e Leandro que se casaram na matriz de Pedrinhas Paulista e contrataram os serviços de captação de imagens da produtora Rodrigo Produções de Assis SP e as fotografias foram de Cassandra Moretti, também de Assis.

Os softwares utilizados nessa edição pertencem à plataforma Adobe CS5, e são especializados em edição de vídeo e tratamento de imagens, são eles:

- Adobe Premiere CS5- Corte e sincronismo de vídeo e áudio.
- Adore Photoshop CS5 – Tratamento de imagem.
- Adobe After Efects CS5 – Criação de efeitos especiais.
- Adobe Encore CS5 – Gravação e finalização de DVD

A ilha de edição usada tem os seguintes requisitos:

- Processador Intel Core I7
- 12 GB de memória RAM
- 1 terabyte de HD
- Placa de vídeo Geforce XFX 1GB

Três Câmeras com formato de gravação HD foram usadas pela produtora para a captação das imagens do evento são elas:

- 2 AX 2000 da Sony
- 1 PD 170 para imagens complementares

8.3- A equipe de captação de imagens

Após contrato fechado seguindo todas as etapas de atendimento, divulgação e dando todo respaldo ao cliente, chega o dia do casamento.

O evento em questão teve inicio as 20:00 horas, com a cerimônia religiosa, como a maioria dos casamentos, mas o trabalho da produtora e do pessoal de captação de imagens começa logo cedo, por volta das 8 horas da manha.

Uma equipe se dirige ao local onde será realizado o casamento Civil, para iniciar a captação das imagens.

Passada essa etapa, outra equipe visita o salão onde será realizada a festa, para montar os equipamentos que estavam inclusos no contrato na maioria dos casos são: telões, projetores TVs de LCD, enfim, qualquer equipamento combinado entre cliente e produtora. Além disso, uma câmera é enviada ao salão de festas para registrar os bastidores do evento, ou seja, captar as imagens em que Buffet, floricultura, DJ e banda fazem os últimos preparativos para que tudo fique pronto a tempo.

Com tudo pronto e montado para o casamento, por volta de 4 da tarde, dosi profissionais tomam rumos diferentes, um se dirige ao salão de beleza em que a noiva está se arrumando, enquanto o outro vai na casa do noivo para captar imagens dos últimos preparativos e expectativas dos principais personagens da festa.

Dessa Maneira o roteiro do filme começa a ser escrito, é aconselhável que durante a gravação do making of, o cinegrafista dirija cenas que posteriormente sejam editadas para que a historia do casal seja contada.

Passada a etapa de preparativos tanto dos noivos, quanto das locações do evento, chega a hora da celebração do casamento religioso e o processo de gravação consiste em uma câmera fixa no altar registrando o casamento na integra enquanto outros dois cinegrafistas fazem a chamada câmera móvel, registrando detalhes e vários planos de imagens diferentes.

Logo após o religioso, uma grande tendência que exige muito do poder de direção do cinegrafista, é o caminho da igreja ao salão de festas. Nessa etapa, é escolhido um local em que os noivos se identifiquem para o registro de breves cenas do casal. Em quatro anos de profissão já registramos imagens em Supermercados, postos de gasolina, em plena avenida ou até mesmo no batalhão do corpo de

bombeiros. Esse processo pode ser dirigido e captado de acordo com o ambiente, o cinegrafista pode dirigir tanto para o humor, quanto para o sofisticado, tornando o ambiente romântico para que o casal sinta-se a vontade na captação das imagens.

No salão onde os convidados já estão esperando, duas câmeras já estão montadas em pontos estratégicos para registrarem a chegada dos noivos. Após este momento a direção e o caminho da gravação não dependem mais dos produtores e cinegrafistas, são os noivos que decidem cada cena, e é importante que o cinegrafista seja discreto para não atrapalhar esse processo em que noivos e convidados precisam estar a vontade, mas sempre atentos para não perderem nenhum lance do casamento.

Figura 24- Casamento Roberta e Leandro
(Fonte: MORRETI, Cassandra; 2011)

8.4- A edição do vídeo

O trabalho da equipe de captação de imagens, dura quase um dia inteiro para que nenhuma cena seja esquecida, mas o processo não acaba por ai, chega agora o processo de edição e finalização do filme dos noivos.

O primeiro passo consiste em descarregar todas as imagens registradas no evento dos cartões de memória para o computador, dessa maneira o editor analisa as imagens captadas e importa as melhores cenas para um novo projeto no Premiere CS5.

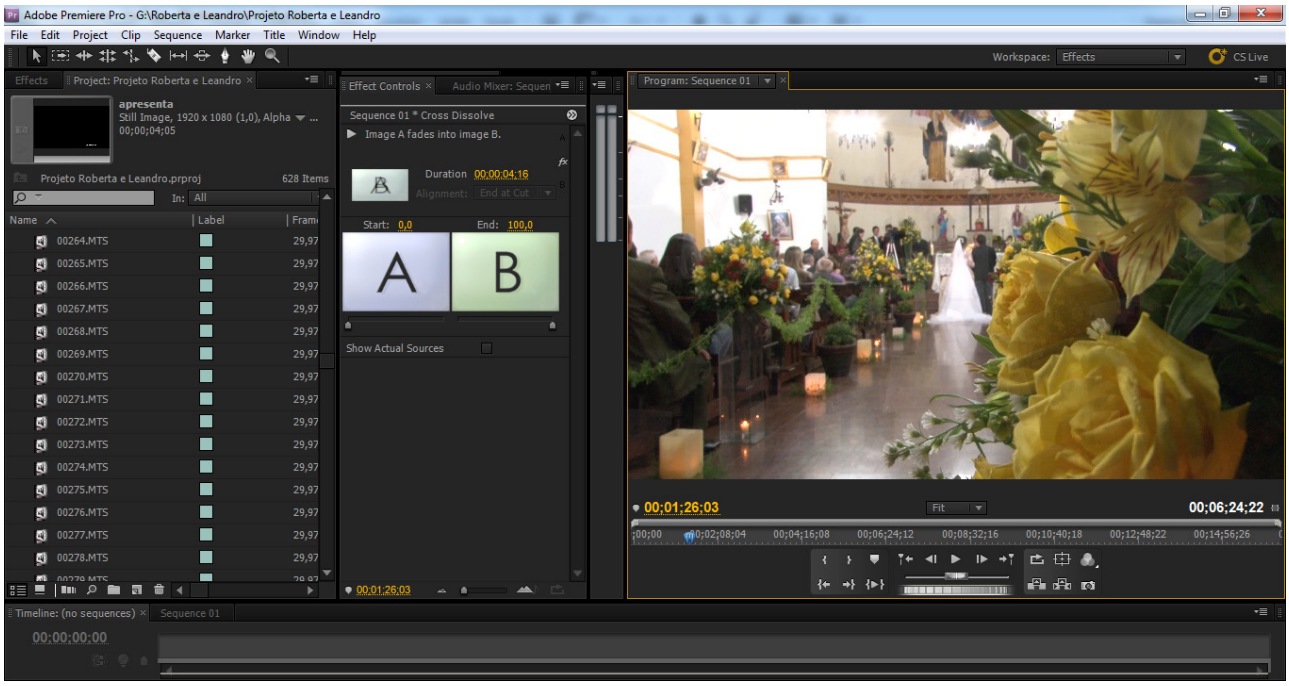
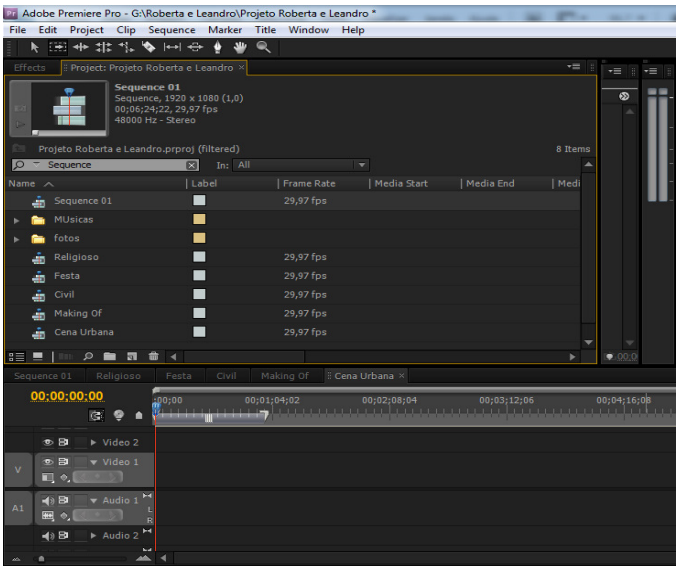


Figura 25- Imagens importadas para o projeto
(Fonte: PREMIERE CS5, Foto do video; 2011)

Após a escolha das imagens, o editor começa a elaborar um roteiro para contar a historia do casamento dos noivos. Para isso, escolhe a trilha sonora, efeitos de vídeo e tratamento de imagens, tempo de corte e outras coisas para deixar o vídeo breve e prazeroso para qualquer pessoa assistir.



Na foto ao lado (Figura 26 - Seqüência de vídeos), podemos observar as varias seqüência criadas pelo editor, onde cada uma recebera suas imagens correspondentes, por exemplo todas as imagens da cerimônia religiosa, vão para a seqüência “Religioso”, as imagens da festa vão para a seqüência “Festa” e assim por diante.

(Fonte:PREMIERE CS5, Foto do vídeo; 2011)

A criatividade do editor e sua capacidade de síntese, serão exigidas neste momento para que o vídeo fique agradável de assistir e não cansativo, como as edições de casamentos de antigamente.

Para ajudar nesse processo uma dica é sincronizar o corte das imagens com as batidas das músicas, dessa maneira o efeito de transição de uma cena para a outra nada mais é do que o tempo da música.

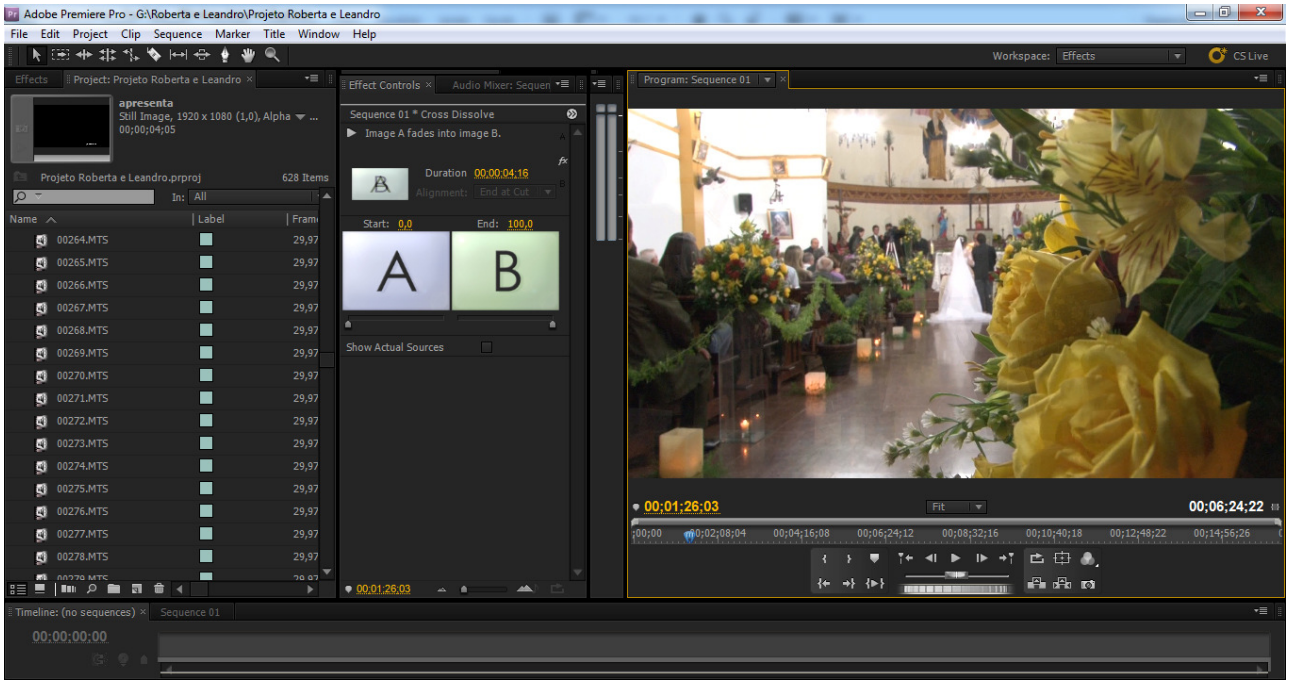


Figura 27- Sincronia áudio e vídeo.

(Fonte: PREMIERE CS5, Foto do video; 2011)

Finalizada essa etapa que requer muita paciência e dedicação do editor, chega a hora de finalizar o vídeo. Isso nada mais é do que juntar todas as cenas e músicas em um único arquivo que na linguagem dos produtores de vídeo é chamado de “movie”.

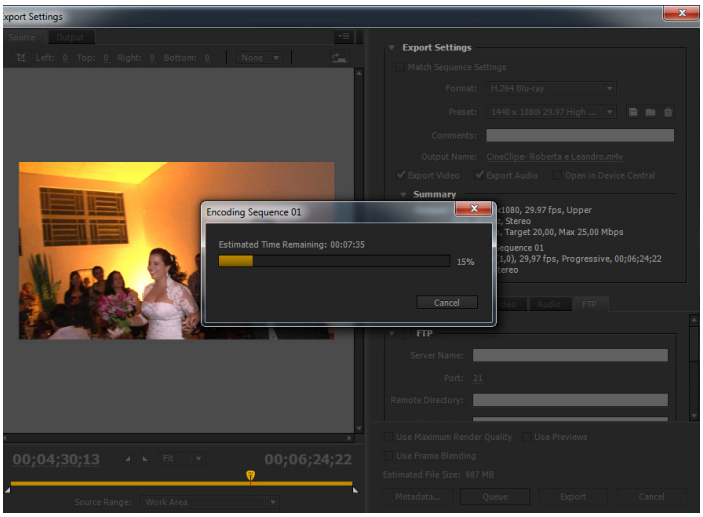


Figura 28- Finalização do vídeo

(Fonte: PREMIERE CS5, Foto do vídeo; 2011)

O vídeo prático finalizado com a síntese do casamento no estilo de vídeojornaliismo teve a duração de 6 minutos e meio, e é encontrado no seguinte link:

CineClipe Roberta e Leandro Final.

<<http://www.youtube.com/watch?v=LeXGGnOLLQM>>

Neste caso será entregue para os noivos, além desse clipe a integra do casamento, com cerimônia religiosa, civil, making Of dos noivos, bastidores , festas, cena urbana e retrospectiva, em 2 DVDs e 1 blu ray.

Conclusão

O publicitário tem em sua essência um olhar diferente para as coisas que acontecem ao seu redor e por muito tempo a captação de imagens tanto na fotografia como na produção de vídeo em eventos sociais precisava disso.

Transformar um vídeo ou uma fotografia em uma arte no seu produto final é o papel dos profissionais que trabalham nessa área. Além disso, conseguimos observar que o mercado de casamentos vem crescendo demasiadamente no Brasil e no mundo e cada vez mais feiras e eventos relacionados à prestação de serviços em eventos sociais vem acontecendo com grande sucesso e participação da sociedade.

A proposta da edição de vídeo no estilo vídeojornalismo tem agradado e ajudado a fazer com que o publico interessado nesse tipo de serviço aumente consideravelmente. Hoje em dia são raros os casais que casam e não contratam um serviço de captação de imagens para o seu casamento, e a missão do profissional, é acima de tudo respeitar o cliente e entregar um trabalho moderno e de qualidade, seguindo as tendências do mercado, mas sempre inovando, para que cada vídeo seja único e conte com emoção a historia do casal.

Constatamos também que planejamento, profissionalismo e respeito com o cliente são fatores preponderantes, tanto no atendimento e relacionamento com o cliente, quanto no trabalho prático e finalização do material entregue ao Casal.

Com tudo isso, concluímos que o mercado evolui a cada dia no Brasil e o profissional de captação de imagens em eventos sociais precisa acompanhar essa evolução. Hoje em dia não cabe mais entregarmos ao cliente apenas álbuns, fotos e DVDs, temos que entregar algo mais, temos que entregar arte.

Referências Bibliográficas

BAUMGARDT, M. **Adobe Photoshop 6.0:** Web Design. Rio de Janeiro: Ciência Moderna. 2001.

BRANCO, R.C et. al. **História da Propaganda no Brasil.** São Paulo: T.A. Queiros. 1990.

ELIN, L; LAPIDES, A. **O comercial de televisão:** Planejamento e Produção. São Paulo: Bossa Nova,2006.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de Eventos:** Teoria e Prática. São Paulo: Pioneira ThomsonLeaning,2004.

KELBY,S. **Photoshop CS: Truques Espertos.** Rio de Janeiro: Ed.Ciência Moderna. 2005.

MATIAS. Marlene. **Organização de Eventos:** Procedimentos e Técnicas. 4 ed. Ver.e ampl. Barueri: Manole, 2007.

SILVA, Monica Cristina Da. **O Emprego da Criatividade para Secretariar Eventos.** 2004, 82p. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC de Bacharelado m Secretariado Executivo). IMESA. Assis.

Referencias Eletrônicas

ELLY, Alan: Entrevista com o profissional
Disponível em: <<http://www.socialpodcast.com.br.>>.
Acesso em 18 ago. 2011às 23h15m.

SOCIALPODCAST: Wedding Brasil
Disponível em: <<http://www.socialpodcast.com.br/social-podcast-16-abertura-do-wedding-brasil-2011-ao-vivo.>>
Acesso em 21ago.2011 às 13h30m.

WEDDING BRASIL:
Disponível em:<<http://www.weddingbrasil.com.br/palestras.asp.>>
Acesso em 22ago. 2011 às 08h20.

ASSIS EXPO NOIVAS:
Disponível em:<< http://www.assisnoivas.com.br/default/default.asp.>>
Acesso em 15ago. 2011 às 19h20.

VANASSI, Eduardo: Trash the dress
Disponível em: <<http://eduardovanassi.com/blog/trash-the-dress/.>>
Acesso em 17out. 2011 as 20h00.

A EDIÇÂO NÂO LINEAR
Disponível em: <<http://www.labtvd.com.br/novo/attachments/075_disserta%C3%A7%C3%A3o%20crocomo.pdf>>.
Acesso em 15jun. 2011 as 20h00.

Anexos

Apêndice A-TERMO DE CONSENTIMENTO

Declaro que estou participando por livre e espontânea vontade da pesquisa "Vídeojornalismo**:** A produção e edição de imagens em eventos sociais**",** conduzida pelo aluno Bruno José Coelho, graduando do curso de comunicação social com habilitação em publicidade e propaganda, da Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, submetendo-me a entrevistas, para levantamento de dados inerentes à investigação, após ter sido devidamente esclarecida e sem que esta me cause nenhum dano moral.

Assis, ____ de _____ de _____.

_____

Assinatura do participante

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Nome do estudo: "Vídeojornalismo**:** A produção e edição de imagens em eventos sociais**".**

Informações aos participantes do estudo:

1. Objetivo da pesquisa:

Verificar quais são os avanços tecnológicos relacionados à produção e edição de eventos sociais no município de Assis.

2. Procedimentos a serem utilizados:

- A coleta de dados acontecerá no Expô Noivas 2011 na cidade de Assis- SP,
- A duração da coleta de dados será de 3 semanas.

3. Desconforto e riscos:

Não há riscos previstos, porém o que pode ocorrer é que o participante se recusará a responder o questionário proposto pelo pesquisador.

4. Benefícios esperados:

Pretende-se com a realização deste trabalho verificar o quão evoluiu a tecnologia em relação as produções e edições de eventos sociais e também quais são os eventos mais procurados pela população.

5. Confiabilidade do estudo:

Os participantes desta pesquisa em hipótese alguma terão sua identidade divulgada para outras pessoas ou entidades, além daquelas que participarão efetivamente do desenvolvimento do trabalho. Serão mantidas em sigilo todas as informações obtidas relacionadas com a privacidade dos voluntários. Além disso, os participantes poderão desistir da pesquisa no momento que desejar.

6. Acesso às informações obtidas:

O pesquisador envolvido compromete-se a fornecer aos participantes todas as informações que serão obtidas durante o desenvolvimento do trabalho.

Consentimento:

Eu,_____RG:_____, após ter lido e entendido todas as informações e esclarecido todas as minhas dúvidas referentes a este estudo com o pesquisador Bruno José Coelho, sob orientação dos pesquisadores, concordo voluntariamente em participar deste e permitir a realização dos procedimentos da pesquisa. Atesto também o recebimento de todas as

informações pertinentes ao estudo necessárias para minha compreensão como participante desta pesquisa. Dentre as informações, estou ciente de que poderei deixar de participar do projeto no momento em que me convier.

_____Data:__/__/____.

Assinatura ou impressão digital

Eu, Bruno José Coelho, declaro que forneci todas as informações referentes ao estudo desenvolvido aos participantes da pesquisa.

_____Data:__/__/____.

Bruno José Coelho

Apêndice B - Questionário de Avaliação.

Questionário de avaliação das expectativas dos clientes que buscam a prestação de serviços dos profissionais de captação de imagens em eventos sociais. Utilizadas para colher informações ao Trabalho de conclusão de curso do aluno de Publicidade e Propaganda, Bruno José Coelho.

1) Como ficou sabendo do evento?
( )Outdoors.
( )Panfletos.
( )Redes Sociais (Orkut, facebook, entre outros).
( )Algum profissional que trabalha na área me recomendou.

2) Sua presença no 1º Assis Expo noivas tem o objetivo de:
( ) Fechar o contrato.
( ) Conhecer melhor os profissionais
( ) Cotação de preços.
( ) Participar de promoções e receber brindes

3) Qual é o primeiro fator que busca em um profissional de filmagem e fotografia ?
( ) Tradição no mercado
( ) Qualidade no serviço
( ) Equipamentos de ultima geração
( ) Preço baixo

4) Além do serviço de filmagem e fotografia, pretende fechar outro serviço para o casamento no Expo Assis noivas (Buffet, salão de beleza, banda, DJ, entre outros)?
( ) Sim
( ) Não

5) Na opinião do casal qual é o tamanho da importância do registro fotográfico ou do vídeo de casamento ?

( ) Muito importante, é um registro histórico e afetivo da nossa história

( ) Importante mas não primordial

( ) É apenas uma lembrança para ficar guardada

( ) Não tem importância nenhuma, mas quero que meu casamento tenha de tudo.

6) Pelo que observou do evento até agora, qual é sua avaliação?

( ) Excelente, superou minhas expectativas

( ) Bom, mas faltou algumas coisas

( ) Regular, não esclareceu minhas duvidas