

# Thought-Creator: Advertising Video Clips

Pedro Filipe dos Santos Martins

## Relatório de Actividades

**Resumo**—Este relatório descreve a actividade que realizei no âmbito da disciplina de Portfólio Pessoal IV, com o intuito de contextualizar as aprendizagens pessoais desenvolvidas durante o realizar desta actividade. Por este motivo, este relatório apresenta os factos e uma descrição pormenorizada de como esta actividade se processou. Actividade esta que consistiu na realização de um vídeo de cariz publicitário para um dos produtos da empresa Thought-Creator, neste caso, o controlador de sistema de rega Garden Controller.

**Palavras Chave**—Vídeo, Publicidade, Garden Controller, Pós-produção, Thought-Creator.

## 1 INTRODUÇÃO

NESTE documento vão ser apresentadas todos os passos pelos quais passou a actividade à qual me propus no âmbito da disciplina de Portfólio Pessoal IV, onde são relatados os factos relativos à realização de um vídeo de cariz publicitário para o controlador de sistemas de rega Garden Controller da empresa Thought Creator.

Este relatório encontra-se dividido em vários tópicos, nos quais pretendo descrever de forma sucinta, entre outros aspectos, o que me levou a escolher esta actividade e o que fiz para a mesma me ser atribuída, a reunião com o promotor da actividade, e todos os processos envolvidos na realização do vídeo promocional e correcções finais.

## 2 ESCOLHA DA ACTIVIDADE

Uma vez que não é a primeira vez que frequento uma área curricular de Portfólio Pessoal e tendo sempre escolhido alguma das actividades sugeridas pelo corpo docente, uma vez que consegui ser sempre seleccionado para actividades que eram do meu interesse, decidi consultar a lista de propostas na plataforma

de portfólios. Deparei-me então com um vasto conjunto de actividades, tendo-me candidatado às três que considere mais relevantes tendo em conta os meus interesses. Acabei por ser seleccionado para a actividade que me tinha candidatado com maior prioridade (THOUGHT-CREATOR: Advertising Video Clips).

Decidi colocar esta actividade no topo da lista porque a edição de vídeo sempre foi uma das minhas actividades favoritas. Abri um canal do youtube no final de 2010, realizando maioritariamente vídeos motivacionais de futebol. Hoje, passados 5 anos, o canal conta com mais de 2 milhões de visualizações e mais de 3 mil subscritores. No entanto, vi nesta actividade uma excelente oportunidade de expandir os meus conhecimentos, uma vez que a vertente de vídeos publicitários é uma área na qual nunca tinha trabalhado.

### 2.1 Processo de candidatura

A candidatura foi realizada na plataforma de portfólios. Das várias actividades disponíveis na plataforma, acabei por me candidatar à proposta “THOUGHT-CREATOR: Advertising Video Clips” pelas razões descritas anteriormente, “LAGE2: Multimedia Team”, também pela oportunidade de evoluir não só como editor de vídeo mas também como editor de imagem, uma vez que eram pedidos conhecimentos de Photoshop. Por fim, candidatei-me à actividade “Ser Universitário, Ser Voluntário”

- Pedro Filipe dos Santos Martins, nr. 68512  
E-mail: pedro.santos.martins@tecnico.ulisboa.pt  
Instituto Superior Técnico, Universidade de Lisboa.

Manuscrito recebido em 6 de Junho de 2015.

(1.0) Excellent	ACTIVITY						DOCUMENT						
(0.8) Very Good	Object × 2	Opt × 1	Exec × 4	Summ × .5	Concl × .5	SCORE	Struct × .25	Ortog × .25	Exec × 4	Form × .25	Titles × .5	File × .5	SCORE
(0.6) Good	0.8	1.0	0.8	0.8	0.8		1.0	1.0	0.8	1.0	1.0	1.0	
(0.4) Fair													
(0.2) Weak													

porque o voluntariado sempre foi uma área que me interessou apesar de nunca ter tido muitas oportunidades para a praticar.

Em cada uma das actividades tive de indicar as minhas motivações e expectativas para cada actividade, os quais referi no parágrafo acima.

### 3 ACTIVIDADES

Nesta secção vão ser descritos todos os passos que resultaram na conclusão da actividade à qual me candidatei para realizar na disciplina de Portfólio Pessoal IV, nomeadamente a minha colaboração com a empresa Thought-Creator, tendo começado com uma reunião com o promotor da actividade e acabando no resultado final pretendido, um vídeo publicitário para um dos produtos da empresa.

#### 3.1 Reunião com o promotor da actividade

Após a actividade me ser atribuída, comecei por contactar o promotor da actividade, João Espadanal Gonçalves, de forma a combinar uma reunião para esclarecer o que era pretendido. Como esta seria uma actividade à partida para seis pessoas, em que as várias fases de produção seriam atribuídas aos diferentes participantes, tinha interesse em ficar com a parte da pós-produção, pois era o sector no qual estava mais interessado em evoluir mas também onde poderia oferecer mais qualidade após aprender a fazer vídeos de cariz publicitário.

Combinada uma data para a reunião, dirigi-me à sede da empresa Thought-Creator nessa mesma data e reuni com o promotor da actividade. A ideia inicial passava por dividir os participantes em três conjuntos distintos, ficando um conjunto responsável por filmar os cenários pretendidos, outro por definir o *script* de todo o vídeo e os restantes ficariam a cargo da pós-produção, área na qual eu estaria mais interessado em participar. No início da reunião, ficou bem definido que eu iria realizar toda a actividade pois mais nenhum aluno se candidatou à mesma. Devido a este imprevisto, o plano de actividades foi revisto e acabou por ficar decidido que eu ficaria a cargo do planeamento do vídeo e da realização completa

do mesmo, não havendo filmagem de *clips* mas sim obtenção dos mesmos na internet.

Após ser esclarecido o que eu teria de fazer, foram-me mostrados alguns exemplos de vídeos publicitários que iam de encontro ao pretendido para o vídeo a realizar. Era pretendido um vídeo de cerca de um minuto que mostrasse aos clientes, de forma resumida e acompanhado de imagens apelativas, as vantagens de adquirirem o Garden Controller.

Seguiu-se mais alguma troca de ideias, em que eu dei algumas sugestões ao promotor da actividade e que foram bem recebidas. Abordados todos os pontos, deu-se por terminada a reunião.

Após a reunião, a comunicação com o promotor foi sempre feita através de troca de e-mails devido à relativamente grande distância entre a minha zona de residência/faculdade e a sede da empresa promotora. No entanto, nunca vi nisso uma desvantagem porque o promotor da actividade sempre se mostrou disponível, respondendo rapidamente e de forma elucidativa.

#### 3.2 Definição das principais ideias a transmitir

Comecei então a planear, ainda de forma superficial, quais seriam as principais ideias concretas a serem apresentadas no vídeo (Frases, ideias. Decidi então começar por me guiar pelo painel publicitário que se encontrava na página da empresa, na secção do Garden Controller, que está representado na Figura 1:



Figura 1. Principais pontos a abordar no vídeo publicitário.

No meu ver estes seriam os pontos cruciais a apontar no vídeo, pois referem as maiores vantagens de adquirir o produto de forma clara e sucinta.

Uma vez escolhidas as ideias a transmitir, decidi então começar a planear como dar suporte

a essas ideias em imagens, o que vai ser falado no capítulo seguinte.

### 3.3 Escolha de clips

Após ter uma boa noção do que iria ser o conteúdo do vídeo, apareceu o primeiro obstáculo. Uma vez que a fase de produção não existiu, eu estaria dependente da disponibilidade *online* de *clips*, ou fragmentos de vídeo, que encaixassem no que seria a ideia do vídeo.

Comecei então a procurar por *clips* que não estivessem protegidos por *copyright* ou protegidos contra uso. Acabou por, apesar de não ter sido uma tarefa trivial, conseguir encontrar alguns *clips* bastante interessantes para o contexto, pois descobri que existem *web-sites* que se dedicam a filmar *clips* dos mais variados tipos para serem utilizados pelas empresas de publicidade. Apesar destes *web-sites* serem pagos, existia uma boa quantidade de *clips* gratuitos e prontos a usar, tendo tido a sorte de existirem alguns relacionados com o conteúdo do que seria o vídeo, como mostra a Figura 2:

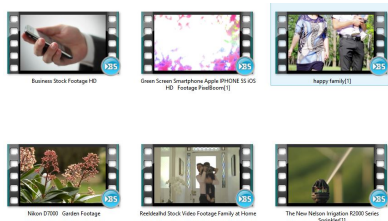


Figura 2. Alguns dos *clips* utilizados na produção do vídeo.

Tendo chegado à conclusão que possuía *clips* suficientes passei então à escolha da música, que vai ser falada de seguida.

### 3.4 Escolha da música

Por muito boas que fossem as imagens e o texto, o som presente no vídeo é também por si só um factor essencial para a boa transmissão da mensagem ao espectador. Como tal, era necessário muito cuidado com a escolha da mesma. Fui então ao site *youtube* porque uma grande quantidade das músicas que foram feitas encontram-se lá publicadas e devido ao poderoso motor de busca, são encontradas novas músicas com uma enorme facilidade.

Comecei por pesquisar por músicas totalmente livres de *copyright*, isto é, que poderiam ser utilizadas de forma completamente livre sem estarem a violar quaisquer leis. No entanto, nenhuma das músicas encontradas parecia adequar-se à mensagem pretendida no vídeo. Este passo foi um obstáculo muito maior do que eu imaginava pois tornou-se muito complicado escolher uma música adequada ao tema e que ao mesmo tempo respeitasse os direitos de *copyright*.

Acabei por escolher a música “We Bought a Zoo” do artista *Jónsi*, pois pareceu-me a que melhor encaixava num vídeo deste cariz e ao mesmo tempo respeitava as leis de *copyright*.

### 3.5 Produção do vídeo

Deu-se então início à realização do que seria o resultado final desta actividade. Para produzir este vídeo decidi utilizar o software de edição de vídeo *Sony Vegas Pro 10.0*. Esta escolha deveu-se ao facto de se tratar de um programa muito poderoso para este tipo de trabalhos, bem como o facto de ser o software que eu utilizo desde que me iniciei no ramo da edição, como tal o potencial para o resultado final ser melhor conseguido era muito maior.

Como era a primeira vez que me encontrava a trabalhar num projecto de natureza publicitária, decidi antes de mais nada procurar técnicas, normas e boas práticas aquando da realização de um vídeo publicitário (falarei das mesmas com mais detalhe no Relatório de Aprendizagens).

Após ter uma noção do que deveria ser feito, comecei por definir o tempo que teria o vídeo e de seguida encurtei a música para que apenas os sectores que me interessavam fossem ouvidos no vídeo.

De seguida comecei por ordenar na *timeline* os vários clips, ou fragmentos deles, de forma harmoniosa com recurso a transições coordenadas com a música. Transições estas que foram muitas vezes realizadas com recurso a *overlays* animadas que já possuía por as ter utilizado em projectos pessoais anteriores. Estas *overlays* animadas deram um aspecto mais profissional e cuidado ao vídeo.

Após ter finalizado o conteúdo de vídeo em si, dei início à inserção de frases apelativas

à compra do produto em questão. Era fulcral estas frases serem inseridas num contexto correcto, isto é, quando aparecessem no vídeo imagens relacionadas com essas ideias. Como tinha estruturado anteriormente como seria o plano do vídeo, já tinha uma ideia onde e como iria colocar estas frases e concluí a tarefa com relativa facilidade.

Por fim, apenas faltava a correcção de cores. Uma vez que os vários *clips* foram obtidos de diferentes fontes, era necessário normalizá-los para dar consistência ao vídeo. Para isso utilizei a ferramenta *Magic Bullet Looks 6.0*, mais uma vez trata-se de uma ferramenta muito poderosa e com a qual já tenho alguma experiência de trabalhos anteriores. Após este passo, confirmei se estava tudo de acordo com o que planeado e assim que validei o resultado final, procedi ao *rendering* do vídeo, ficando a *timeline* no estado que descreve a Figura 3:

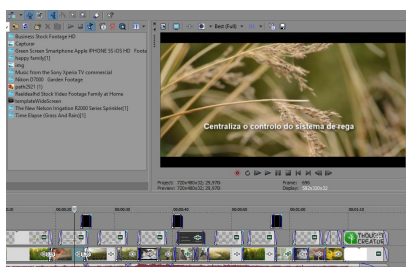


Figura 3. *Timeline* do projecto após finalizado.

Assim que finalizado o passo acima referido, enviei o vídeo em anexo ao promotor da actividade, pedindo a sua opinião acerca do mesmo e, caso quisesse fazer alguns reparos, que eu estaria disponível para os receber e alterar o vídeo consoante as suas preferências.

### 3.6 Reunião de finalização

Após ter enviado o vídeo, reuni com o promotor da actividade pois ele mostrou interesse em dar-me algumas indicações de forma ao vídeo ficar totalmente do seu agrado. Estas alterações passavam essencialmente por pequenas alterações no texto que iria aparecer, bem como em alguns *clips* que deveriam ser alterados para melhor cativar o público-alvo.

### 3.7 Realização das alterações pedidas

Uma vez que as alterações não foram de complexidade muito elevada, consegui fazê-las com relativa facilidade e enviar uma versão alterada no próprio dia à espera de receber a validação.

### 3.8 Validação do vídeo

Quando o promotor da actividade recebeu o vídeo com as correcções propostas pelo mesmo, decidiu validar esta última versão e dar por encerrada a actividade, tendo-me agradecido toda a disponibilidade e interesse demonstrado durante a produção.

## 4 CONCLUSÃO

Fazendo uma retrospectiva, penso que todos estes passos anteriormente referidos me ajudaram a crescer não só como editor de vídeos mas também como futuro trabalhador. Começando pelas reuniões, a troca de *mails* e o cumprimento de prazos levou o meu *hobby* de editar vídeos mais além e estendeu-se ao que pode ser considerado semelhante a um contexto profissional. Por outro lado, também evolui consideravelmente como editor de vídeos pois toda esta procura cuidada de *clips*, músicas e por fim a junção de tudo num vídeo publicitário foi algo que eu nunca tinha feito e tenho a certeza que será uma mais-valia no meu futuro.

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer ao promotor da actividade, João Espadanal Gonçalves pela sua enorme e constante disponibilidade em responder aos meus *mails* com a maior brevidade possível e sempre disposto a dar apoio no que quer que fosse preciso durante o decorrer da actividade. Gostaria também de agradecer ao professor Rui Santos Cruz por ter feito com que este relatório tivesse sido escrito em  $\text{\LaTeX}$ , fazendo com que eu tivesse de aprender a utilizar esta ferramenta, apesar de já há algum tempo ter interesse nisso mas nunca se ter concretizado.



**Aqui estou eu.** Tenho 24 anos e actualmente estudo Engenharia Informática e de Computadores nas especializações de mestrado de Engenharia de Software e Sistemas Multimédia no IST. Amante de futebol, de programação e de produção de conteúdos multimédia, especialmente na área audiovisual.