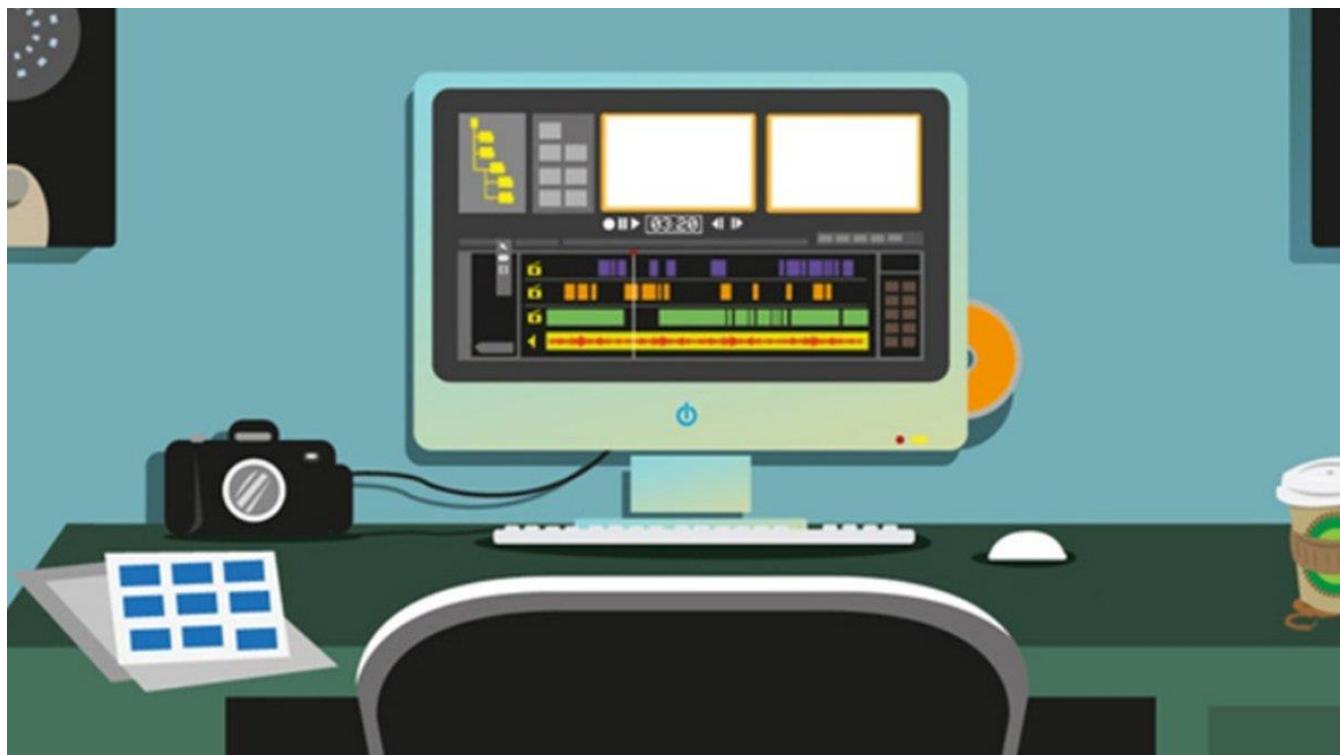


**Pratique,  
aprenda,  
conquiste.**



**Edição de Videos para Youtube**



## INTRODUÇÃO

A comunicação através de vídeos promove uma forma de experiência muito mais potente que uma música, ou de forma escrita, pois os vídeos despertam os sentidos fazendo o telespectador que está assistindo sentir sensações prazerosas ou não enquanto assiste os vídeos. Os vídeos promovem uma forma de aprendizagem de natureza distinta e complementar. Os recursos audiovisuais e artísticos são capazes de maximizar a experiência de estímulos para o receptor, assim captando as diferentes informações necessárias para o entendimento da mensagem audiovisual. O Youtube tem feito muito presente na vida dos internautas atualmente, com o número crescente de número de usuários da internet, mesmo com outras plataformas, o Youtube tem se destacado entre as outras, sendo assim muito importante para um editor de vídeo saber utilizar essa ferramenta como aliada em transmissão de mensagens em formato audiovisual (vídeos). A importância de propagandas audiovisuais se faz presente dia a dia, dessa forma o profissional audiovisual ganha destaque entre as profissões que mais crescem atualmente. Com a pandemia as mídias visuais aumentaram de forma assustadora, necessitando assim de profissionais qualificados para tal tarefa, desde o simples entretenimento até vídeo aulas, necessitam de profissionais para “dar vida aos Vídeos” deixando-os mais dinâmicos e de simples aprendizado e entendimento.

**TEMA 01 TEORIA DA COMUNICAÇÃO****Introdução**

A comunicação se faz importante desde os primórdios da humanidade, o fator primordial que se torna importante o ato de se comunicar, uma atividade extremamente essencial para a vida em sociedade, questão de sobrevivência, realização pessoal e profissional e integração entre outras necessidades. É uma importante ferramenta de instrução e troca mutua de contextos sociais e empresariais.

A comunicação consiste em transmitir uma mensagem, podendo expressar ideias, sentimentos ou até mesmo experiências, entre o emissor e um ou mais receptores. Por meio de um canal ou meio que gera uma reação subjetiva ou objetiva. A comunicação se mostra através de tipos de linguagens pelos meios, verbalmente e até mesmo sistemas não linguísticos, se caracterizando em individual ou em massas. Existem alguns tipos de comunicação que devem ser consideradas:

**Comunicação Social**

A comunicação social tem como objetivo principal, a análise de relações existentes entre mudanças sociais e ao modelo de comunicações e informações, exercendo importante papel através do desenvolvimento cultural na formação de opiniões. Tendo como principal objetivo o estudo dos fenômenos que ocorrem graças à relação entre a sociedade e os meios de comunicação de massa.

**Comunicação Organizacional**

Essa forma de se comunicar consiste em diferentes formas de comunicação, incluindo a comunicação institucional, administrativa e mercadológica. É uma forma de integrar filosofias inerentes a cada uma, que de forma convergente atuam em sinergia entre si. É a maneira de agregar todas as peculiaridades entre departamentos regidas de forma harmoniosa levando em conta os objetivos da organização.

## Comunicação Tecnológica

De modo que as tecnologias evoluem, se faz necessário a evolução, também da comunicação, pessoas e organizações se adaptaram a elas, tendo assim seus padrões sociais alterados. Com o advento da internet surge várias formas de comunicação de forma ilimitada. Dar outro significado para as organizações tecnologicamente na comunicar, exige constante aprimoramento e investimento. A integração entre as tecnologias e as pessoas devem usar a comunicação de forma mais simples possível e com informações que possam dar subsídios para a transformação de quaisquer situações em soluções.

De maneira geral podemos entender que a comunicação se reinventa no seus vários dialetos e de abrangência universal, assim atingindo pessoas, organizações, transformando pensamentos, ações e principalmente o conhecimento.



## Elementos da Comunicação

O processo comunicacional é algo tão presente em nosso cotidiano que praticamente é impossível ver os elementos da comunicação , mas eles estão lá. Esses elementos estão presentes em cada

etapa do processo comunicativo, desde a saída da mensagem através do emissor até a chegada da mensagem ao seu receptor. A comunicação pode ser verbal ou não verbal, podendo assim ser transmitida por meio da linguagem oral ou escrita ou até mesmo por gestos, sinais, expressões corporais, entre outros. Entretanto independente de ser verbal ou não verbal, os elementos da comunicação estão sempre presente em qualquer processo comunicativo. Vamos conhecer e entender melhor os elementos da comunicação:

- **Emissor**
- **Receptor**
- **Mensagem**
- **Código**
- **Canal**
- **Contexto**
- **Ruído**

**Emissor** - Também conhecido como locutor ou falante, esse elemento é aquele que emite a mensagem para um ou mais receptores. Uma pessoa falando com uma pessoa, ou grupo de indivíduos, uma sala de aula , palestra entre outros vários outros.

**Receptor** – Conhecido também como interlocutor ou ouvinte, é esse elemento que recebe a mensagem emitida pelo emissor.

**Mensagem** – É o objeto utilizado na comunicação, de forma que mostra o conteúdo, o conjunto de informações emitidas pelo emissor. A mensagem pode ser abordada por meio de uma conversa cotidiana, videoaula, palestra, entre outros.

**Código** – Esse elemento é um conjunto de sinais escolhidos pelo emissor no processo comunicativo para a transmissão da mensagem, e é o código que é decodificado pelo receptor. O código usado na comunicação pode vir de várias formas, verbal ou não verbal, sendo por sinais, sons, gestos, textos, desenhos etc.

**Canal** – Esse elemento é como o meio em que a mensagem é transmitida, podendo ser de forma física ou virtual, é responsável pelo envio da mensagem circular até o seu destino. É dividido em 2 formas principais , de forma escrita ou sonora.

**Contexto** – É o assunto que é tratado no conteúdo que compõe a mensagem. Deve ser compartilhado entre o emissor e o receptor, isto porque o contexto é constituído também pelo espaço e tempo do emissor.

**Ruído** – É a interferência que possa atrapalhar a comunicação entre o emissor e o receptor. Mesmo não sendo conhecido como um dos principais elementos da comunicação, esse elemento pode aparecer em alguns momentos do processo de comunicação. Entretanto o ruído é apenas para atrapalhar o processo comunicativo, até mesmo o silêncio (ausência de som) é considerado um ruído, pelo simples motivo de se tratar de uma interferência no processo da comunicação.

Os elementos da comunicação possuem uma função da linguagem. Segundo o linguista Roman Jakobson “cada elemento assume uma finalidade no ato comunicativo”, ou seja, cada elemento cumpre seu importante papel no processo comunicativo. As funções da linguagem podem ser emotivas, conotativas, poéticas, referencial, fática e metalinguística.

Deste modo podemos concluir que cada elemento deve cumprir uma determinada função e com o mínimo de ruído possível, garantindo a integridade da mensagem.

### Funções da comunicação

**Função Referencial** – Essa função é fundamentada no contexto da comunicação, o objetivo dessa função é informar, referenciar sobre algo.



**Função Emotiva** – É diretamente relacionada com o emissor, objetiva e apresentada em primeira pessoa, envolvendo em sua mensagem emoção e sentimentos.

**Função Poética** – É diretamente associada à mensagem da comunicação, sendo objetiva e se preocupando com a escolha correta das palavras para transmitir emoções ao receptor. Como exemplo a linguagem literária.

**Função Fática** – Essa função se relaciona com o contato da comunicação, sendo objetiva em estabelecer ou até mesmo interromper a comunicação.



**Função Conativa** – Relaciona-se com o receptor da comunicação, essa função é apresentada em segunda ou terceira pessoa e preocupa-se em persuadir o emissor.

**Função Metalinguística** – Essa função é relacionada diretamente ao código da mensagem,

obrigando a explicar o código de forma objetiva e direta, através dele mesmo.

### Evolução da Comunicação

Com o passar do tempo, o homem desenvolveu diversas formas de se comunicar, por meio de escrita, sinais, desenhos e inúmeros descobrimentos tecnológicos que tornaram possível a transmissão de informações entre indivíduos. A tecnologia permitiu a propagação de informações de maneira mais eficiente e rápida, aproximando as pessoas e diminuindo o tempo da difusão de mensagens. Entretanto essa evolução não aconteceu do dia para a noite, os meios comunicativos percorreram uma longa estrada para chegarem até os dias de hoje.

O rádio por exemplo, se você observar como eram as rádios de antigamente e comparar com as rádios de hoje em dia, irá perceber a evolução das mensagens apresentadas, e nas diferentes interações que esse veículo de comunicação proporciona aos seus ouvintes. Outro exemplo clássico é a televisão , no início da sua criação era imagens em preto e branco , transmitidas em televisores de tubos grandes. Hoje em dia os televisores possuem acesso a internet e conexões que tornam esse aparelho mais prático para o uso e trazendo mais interações com os telespectadores. Esses veículos de comunicação têm grande influência na grande massa, pois muitas pessoas fazem uso desses veículos como única fonte de pesquisa e conhecimento, fazendo com que os apresentadores ou telejornalistas se transformam de comunicadores para formadores de opiniões. A evolução da comunicação foi dividida em Eras, como:

- **Era dos Símbolos e Sinais**
- **Era da Fala e Linguagem**
- **Era da Escrita**
- **Era da Imprensa**
- **Era da Comunicação em Massa**
- **Era dos Computadores**

Todas as Eras mencionadas teve seu importante papel na evolução da comunicação até chegarmos aos dias de hoje. E cada dia mais acontecem essa evolução para melhorar o entendimento do receptor da mensagem, e potencializar a mensagem e seu alcance.

### DESAFIO

Apresente de forma prática a função de cada elemento da comunicação(Emissor, Receptor, Canal, Mensagem e Receptor).

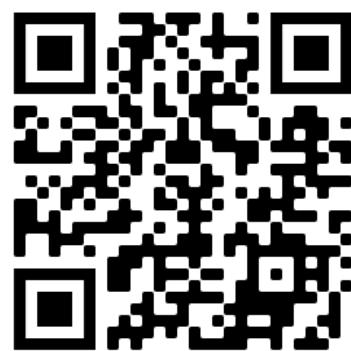
**TEMA 02 MARKETING DIGITAL****Introdução**

Marketing Digital nada mais é que o conjunto de atividades que uma pessoa (ou empresa) executa em formato online com o objetivo de captar novos negócios, criar relacionamentos e desenvolver uma identidade da própria marca. Possui diversas estratégias e características, segundo o escritor americano Philip Kotler (considerado o pai do marketing moderno) conceitua o marketing como “o processo social por meio do qual pessoas e grupo de pessoas satisfazem desejos e necessidades com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros” O marketing digital é característico em promoção de produtos, serviços ou marcas por meio de mídias digitais, se tornando uma das principais maneiras que as empresas têm para se comunicar com o seu público de forma mais direta, otimizada e no momento oportuno. Desde modo podemos entender que atualmente o marketing digital é maneira mais eficaz de promoção, levando em conta o número de usuários das mídias digitais conectados à internet.

**Ferramentas de Marketing**

É bem comum para os estudantes em marketing a dúvida “qual a melhor ferramenta de marketing digital? E essa resposta é bem simples: a que seus recursos permitirem e a que melhor atende suas necessidades! Existem centenas de ferramentas para o marketing, outros investem o que podem, e muitos não tem como investir inicialmente. Por isso é importante conhecer as ferramentas mais usadas e escolher aquela que melhor atender suas necessidades. O vídeo é muito mais interessante do que uma imagem estática, ou um texto mesmo que formatado, pois proporciona numa dimensão e tempo reduzidos, transmitir uma quantidade muito maior de informações visuais. O Youtube por exemplo é uma ótima ferramenta de marketing para vídeos,

conta com um recurso gratuito de transmissões ao vivo, que permite ser usado como ferramenta para produção de webinars, e caso atinja os requisitos mínimos pode se tornar um parceiro do Youtube monetizando seus vídeos(verifique as condições nos termos da plataforma).



### Explainer Video

Essa ferramenta é uma das últimas tendências do mercado e vem crescendo exponencialmente, trata-se de pequenos vídeos que apresentam empresas com um produto ou serviço, que sempre usando como alvo principal resolver os problemas dos seus clientes de forma simples e prática. Geralmente são vídeos curtos explicando passo a passo, mas não é uma regra absoluta, pois é só fazer uma pesquisa que encontramos verdadeiros trailer cinematográficos para a apresentação desses serviços ou produtos. Esse tipo de vídeo vem conquistando a internet, aumentando significativamente o lucro das empresas, e não é por acaso, vamos conhecer alguns “bons motivos” para usar os explainer videos:

**Explicação rápida e objetiva** – O vídeo explainer consegue explicar de maneira rápida e simples a utilização e benefícios do seu produto, ou serviços, sendo uma ótima maneira de apresentação com custo-benefício. Visto que as empresas dispõem cada vez de menos tempo para impressionar seus clientes, demonstrar de forma rápida e clara é uma forma de mostrar para seus clientes o quanto seus produtos funcionam e são relevantes.

**Aumento de Interesse** – Trazendo dinâmica e movimento para as propagandas, automaticamente houve um aumento de interesse dos clientes em assistir comerciais e propagandas em formato de vídeos. Não existe forma mais rápida e eficaz para atrair atenção como um vídeo.

**Crescimento Orgânico** – Com a chegada dos otimizadores de pesquisas, ficou muito melhor a aplicação do marketing em forma de vídeo, pois um vídeo pode aumentar os resultados de busca e otimizar os resultados de conversão de vendas dos seus produtos, aumentando o número de acessos e permitindo o crescimento orgânico eficiente.

**Construção de confiança com o público** – Um vídeo bem produzido, é uma das formas mais eficazes de captar a imediata atenção do seu público, não é à toa que os comerciais na televisão e no cinema são um dos mais caros. O vídeo contribui o nível de atenção e compreensão da sua audiência, pois mostra de forma clara as características e vantagens do produto.

**Conversão** – O vídeo pode converter seus visualizadores em clientes, pois na maioria dos casos, uma pessoa leva em média 1 minuto para tomar a decisão de compra. O cliente entendendo melhor seu produto e identificando suas necessidades, é uma forma de conversão bem eficaz, aumentando a popularidade do produto que a longo prazo se reflete em vendas.

## Estratégias de Marketing Digital

Para obtermos bons resultados é importante conhecer as principais estratégias de marketing oferecendo uma boa compreensão do seu produto. E uma das estratégias mais conhecidas é a estratégia dos 4 “Ps” (Preço, Produto, Praça e Promoção). Esse conceito foi popularizado por Philip Kotler, e foi adotado por diversas empresas se tornando os pilares do marketing. Também conhecido como M.M(Mix de Marketing), não é por acaso que os 4 Os atravessaram décadas e até os dias de hoje são usados e estudados, vamos conhecer um pouco mais sobre cada componente dessa importante estratégia de marketing:



**Preço** – O preço é determinante na construção da imagem da marca, e nem sempre é percebida como tarefa do marketing, e vale lembrar que o preço é o único “P” dessa estratégia que traz receita(lucro) para a empresa. A precificação envolve decisões como: preço de lista, formação de preço, políticas de descontos, formas de pagamento entre outras. Por isso é muito importante apresentar seu produto de forma clara para aumentar a percepção de valor do seu produto, e assim seu cliente se dispondo a pagar.

**Produto** – Essencial para a existência de uma empresa é o produto, responsável por satisfazer as necessidades dos seus consumidores oferecendo benefícios para sua vida. Existem alguns importantes fatores que tornam esse “P” o centro da existência dos outros, como: qualidade do produto, design, características, serviços agregados, entre vários outros.

**Praça** – Esse elemento é originado do inglês “place” que significa “lugar”, de maneira clara se refere os canais de distribuição e pontos de venda, quer sejam físicos ou virtuais. É de suma importância para o desenvolvimento do produto e excelência no serviço prestado, pois é esse “P” que define como o produto irá chegar até o consumidor.

**Promoção** – Esse “P” é o que mais se acostuma a associar com as estratégias de marketing, mas não pode ser confundido com liquidações e descontos, esse conceito refere-se a estimular a demanda pelo produto junto ao público-alvo. Usando de estratégias que envolve várias decisões como: propaganda, venda pessoal, publicidade, relações públicas, merchandising entre

outras. Essas variáveis são responsáveis por comunicar sobre a marca ao público-alvo.

Agora que foi apresentado uma das estratégias mais usadas é importante também saber como usa-las e agregar ao planejamento do plano de marketing.

1. *Defina seu público-alvo*
2. *Defina sua estratégia competitiva*
3. *Defina o posicionamento de mercado*
4. *Defina as estratégias do Mix Marketing*
5. *Crie um plano de Marketing*

### Inbound Marketing

Essa estratégia é o sinônimo de marketing de atração, seu principal objetivo é entender as necessidades dos consumidores e estabelecer um canal de comunicação e oferecer uma solução para seus desejos. A internet é repleta de ferramentas de pesquisas, permitindo descobrir interesses do público e mostrar soluções. Praticando continuamente é gerada um aumento da audiência, onde a empresa conversa com sua audiência, entendendo melhor seus anseios e diminuindo a distância entre os clientes.



### Marketing de Conteúdo

As pessoas estão diariamente pesquisando soluções na internet, e na grande maioria das vezes essa pesquisa acontece em motores de busca. Com o marketing de conteúdo o processo de publicar materiais e informações relevantes e valiosas, a fim de atrair, converter e encantar a audiência, ganhou força e formato bem consolidado nos últimos anos, sendo relevante no plano de marketing de diversas empresas. Essa estratégia, caso bem executada, pode triplicar os acessos à empresa na internet em menos de um ano, além de trazer reconhecimento da marca.

### Redes Sociais

Umas das estratégias mais usadas atualmente são as redes sociais, gerando uma participação significativa em gerar tráfego e simultaneamente se formando um canal de comunicação e divulgação da marca. Para usar esse tipo de estratégia é importante seguir alguns passos para melhor aplicação do marketing:

1. *Encontre as redes sociais corretas*
2. *Crie um perfil profissional*
3. *Defina um plano e um calendário editorial*

#### 4. Estabeleça objetivos e metas

##### **SEO (Search Engine Optimization – Motor de Busca Otimizada)**

O SEO envolve diversas estratégias e funcionalidades, por isso, existem ferramentas para conseguir executar um plano de otimizações alcançando as melhores posições nos motores de busca, ficando entre as primeiras posições. Através de palavras-chave seu produto pode ganhar visualizações e otimizar as vendas.



Existem diversas estratégias de marketing , principalmente na aplicação do ramo audiovisual, pois os vídeos hoje em dia , é o tipo de conteúdo mais consumido na internet e um dos mais queridos pelo público. Uma mensagem clara, dinâmica, objetiva e simples tende a atrair com maior eficiência seu público-alvo para mais próximo e aumentar a credibilidade do produto.

##### **DESAFIO**

Observe as estratégias e técnicas de marketing, e demonstre um caso real de alguma empresa de escolha do seu professor, onde foram executadas e se atingiram seus objetivos. Cite sobre o planejamento e características usadas pela empresa.

**TEMA 03 FOTOGRAFIA****Introdução**

Uma das técnicas mais conhecidas no cinema e no design é a fotografia. A fotografia é conhecida como o processo e a arte de registrar e reproduzir, pelo meio de reações químicas e em superfícies preparadas para o efeito, as imagens que são tiradas de uma câmera escura, esse princípio consiste em realizar a projeção da imagem captada por um pequeno orifício sobre a superfície. Deste modo, o tamanho da imagem é reduzido e permite aumentar a nitidez. E hoje, com o avanço dos smartphones, tablets e câmeras profissionais, fotografar tornou-se cada vez mais comum, registrar momentos marcantes de uma viagem, festa ou evento ficou mais fácil e prático. A composição fotográfica tem como objetivo alcançar um efeito emocional na audiência, para passar um determinado clima, quebrar a monotonia ou até mesmo modificar a forma em que a história está sendo contada. De modo geral podemos entender que composição fotográfica nada mais é que a organização dos elementos de maneira harmoniosa dentro da área de enquadramento, levando em conta como: contraste, profundidade de campo, posição dos elementos, plano de enquadramento entre outros.

**Fundamentos da fotografia**

Existem alguns fundamentos na fotografia que são de suma importância, esses fundamentos podem ser aplicados em qualquer área da fotografia, quer seja analógica ou digital. Esses fundamentos são: Abertura, Sensibilidade e Velocidade. Vamos conhecer um pouco mais desses fundamentos tão importantes para a técnica de fotografia.

**Abertura**

A abertura é responsável por controlar a intensidade da luz que incide sobre o sensor da câmera, o elemento que controla esta função é chamado de diafragma, localizado dentro das lentes, o diafragma é o conjunto de lâminas sobrepostas que ao abrir ou fechar regula a intensidade de luz que passa pela lente, ou seja, quando alteramos a abertura do diafragma estamos modificando o diâmetro de entrada de luz. No olho humano, a pupila apresenta a função do diafragma, controlando a intensidade de luz que atinge nossa retina, abrindo ou fechando conforme se achar necessário. Em ambientes claros, na praia por exemplo, ela fecha; em ambientes escuros, no cinema por exemplo, ela abre; essa abertura é expressa pelas seguintes nomenclaturas com a letra F (F1, F1.4, F2.8, F4, F5.6, F8, F11, F16 e F22), quanto maior o número F menor será a abertura do diafragma e menor a quantidade de luz irá passar pela lente. Do contrário, quanto menor o número F maior a abertura do diafragma e maior será a quantidade de luz que irá passar pela lente. Ao falarmos de abertura, outro importante fundamento deve ser considerado, a profundidade de campo.

### Profundidade de campo

A técnica de desfoque ou *blur* (termo em inglês), é a área da imagem que aparece nítida ou em foco entre diferentes planos. De modo geral a profundidade de campo é determinada pela abertura, ou seja, está diretamente relacionada com o número definido do F, quanto maior a abertura menor a profundidade de campo, mais nitidez entre os planos. Em conjunto da abertura, a profundidade de campo é estabelecida pela distância entre os planos do objeto fotografado e distância focal da lente. Quanto menor a distância entre os planos e o objeto em foco, maior a profundidade. Do contrário, quanto maior a distância, menor é a profundidade de campo. Agora a distância focal, quanto maior a distância focal da lente, menor a profundidade de campo, caso contrário, quanto menor a distância focal, maior a profundidade de campo.

### Velocidade

A velocidade é responsável por controlar a luz que incide sobre o sensor da câmera. O componente chamado de *obturador*, geralmente localizado dentro do corpo das câmeras, esse elemento é um conjunto de cortinas sobrepostas que ao abrir e fechar regula o tempo que a luz atinge o sensor, ou seja, quando alteramos a velocidade do obturador modificamos o tempo de entrada de luz. O modo em que a velocidade é expressa pela unidade de tempo: (1, 1/2, 1/4, 1/8, 1/10, 1/30, 1/60, 1/100, 1/125, 1/160, 1/500, 1/1000, 1/2000 e 1/4000), quanto maior a velocidade, representada pelas unidades mostradas, do obturador menor a quantidade de luz que atinge o sensor. Em casos que desejamos congelar um objeto em movimento, podemos aumentar a velocidade, quando baixamos a velocidade um efeito de borrado ou um rastro é agregado ao objeto.

### Sensibilidade

A sensibilidade é o que controla a captação de luz do sensor, o elemento que controla esta

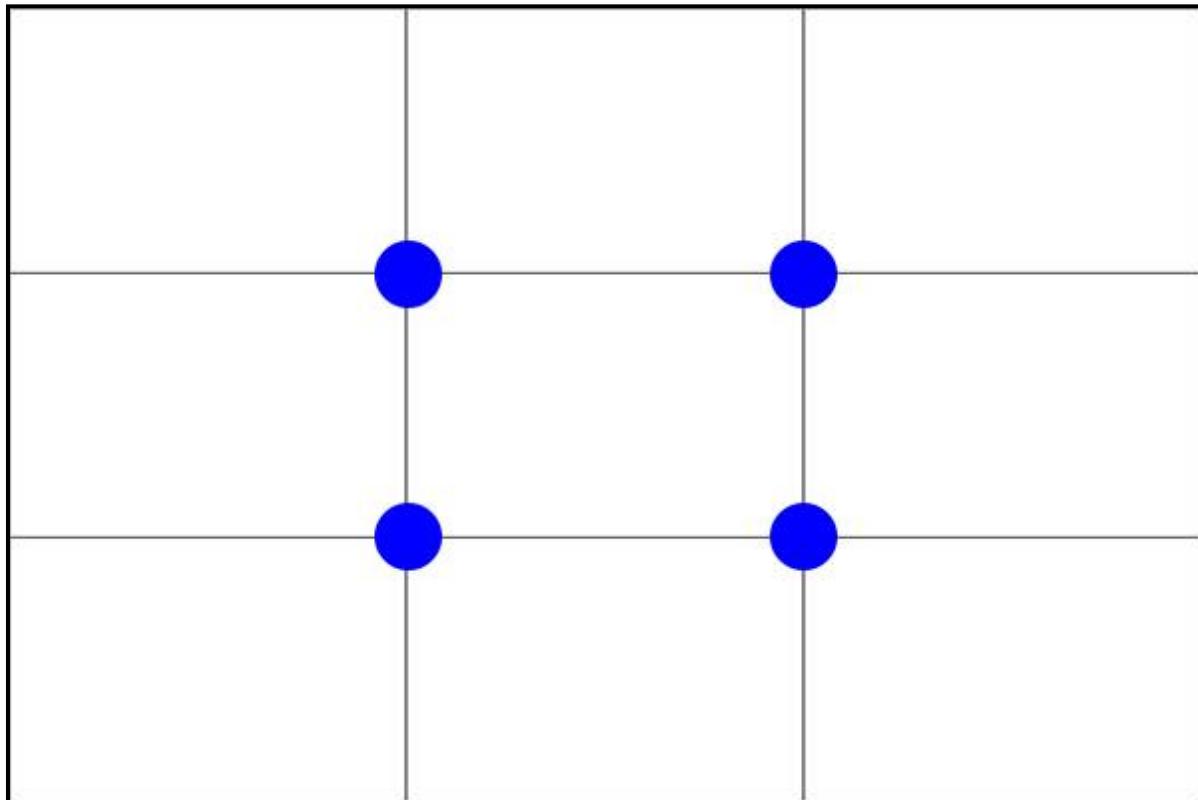
função é chamado de *fotodiodos* do sensor, ou seja, quando alteramos a sensibilidade modificamos a captação de luz. A sensibilidade é expressa pela nomenclatura ISO: (ISO 50, ISO 100, ISO 200, ISO 400, ISO 800, ISO 1600, ISO 3200). Quanto menor o número ISO, menor a sensibilidade e captação de luz. Do contrário, quanto maior o número ISO, maior a sensibilidade e captação de luz. Com o aumento da sensibilidade , perdemos a qualidade da imagem, deste modo apresentando o que é chamado de granulação(em vídeos) ou ruídos(sensores) com o uso de ISOS mais altos.

### Técnicas de fotografia

As técnicas de composição fotográfica são necessárias para um melhor entendimento da imagem ou video, pois uma boa composição tem clareza, ou seja, o ponto de interesse e o plano de fundo não desvia a atenção. Por isso é importante entender e saber aplicar as principais técnicas de fotografia, são elas: Regra dos Terços, Ponto de Interesse, Movimento Implícito e Padrões de Visualização.

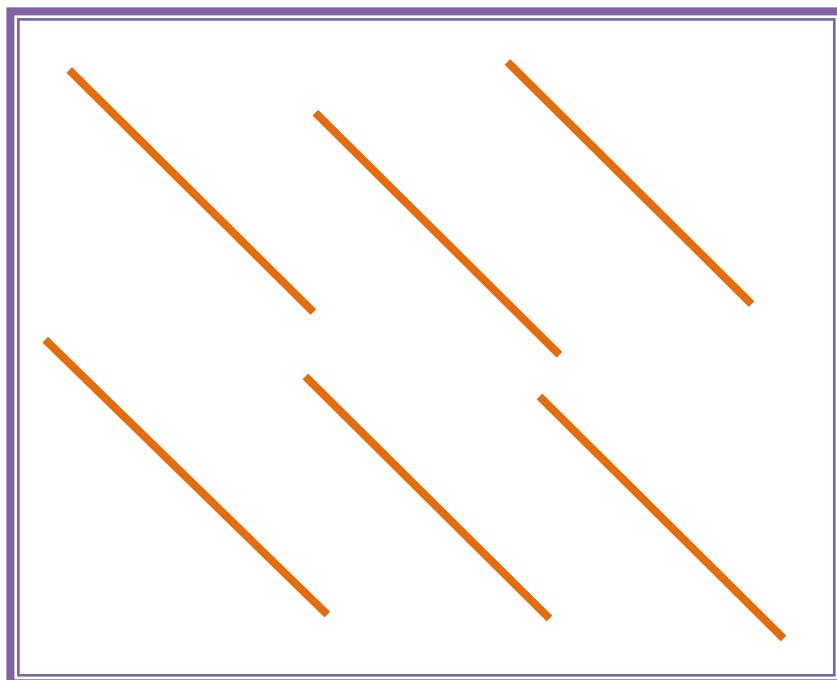
### Regra dos terços

A técnica da regra dos terços é uma maneira de criar um composição dinâmica onde o ponto focal não é previsivelmente colocado no centro. Ao invés disso, esta regra divide a composição em uma grade(três linhas horizontais igualmente espaçadas e três linhas verticais), colocando o ponto focal em uma das linhas ou idealmente em um dos quatro pontos onde as linhas se cruzam. Como podemos ver um exemplo abaixo:



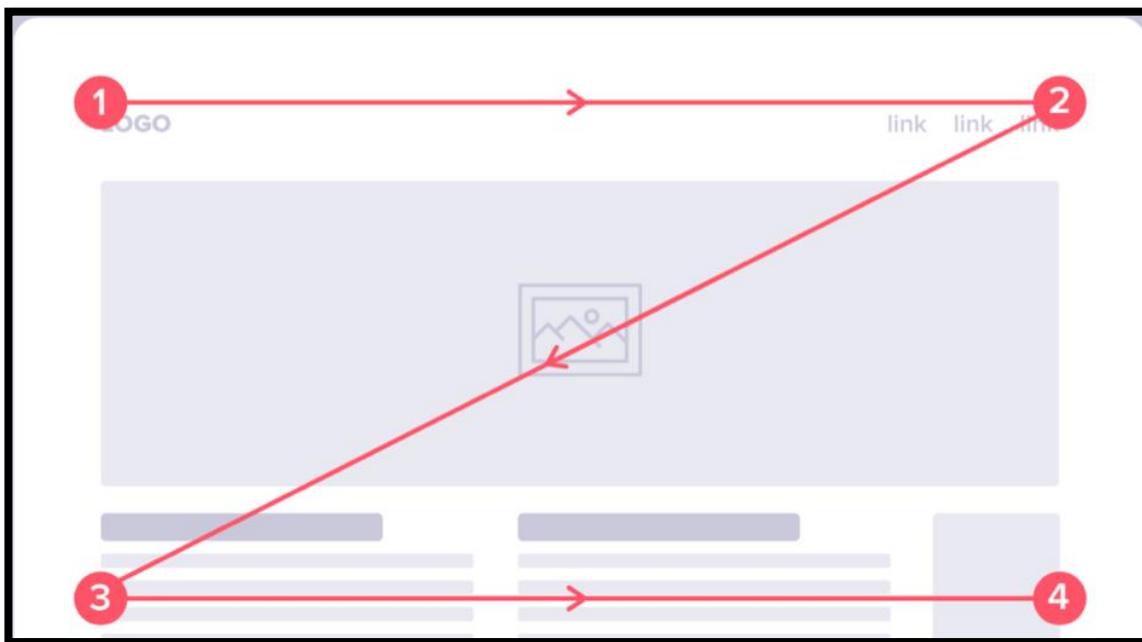
### Movimento implícito

Esta técnica é muito eficaz ao apontar para informações importantes e oferecer um caminho óbvio através do design da imagem ou cena do vídeo. Esse movimento é criado pelas linhas verticais horizontais. As linhas principais não precisam ser linhas reais. Elas também podem ser objetos ou formas, elementos de design repetidos, uma interação de espaço positivo e negativo. As linhas podem dar profundidade e conteúdo a sua imagem e muita perspectiva, deixando a imagem muito mais atrativa. Veja um exemplo de movimento implícito:

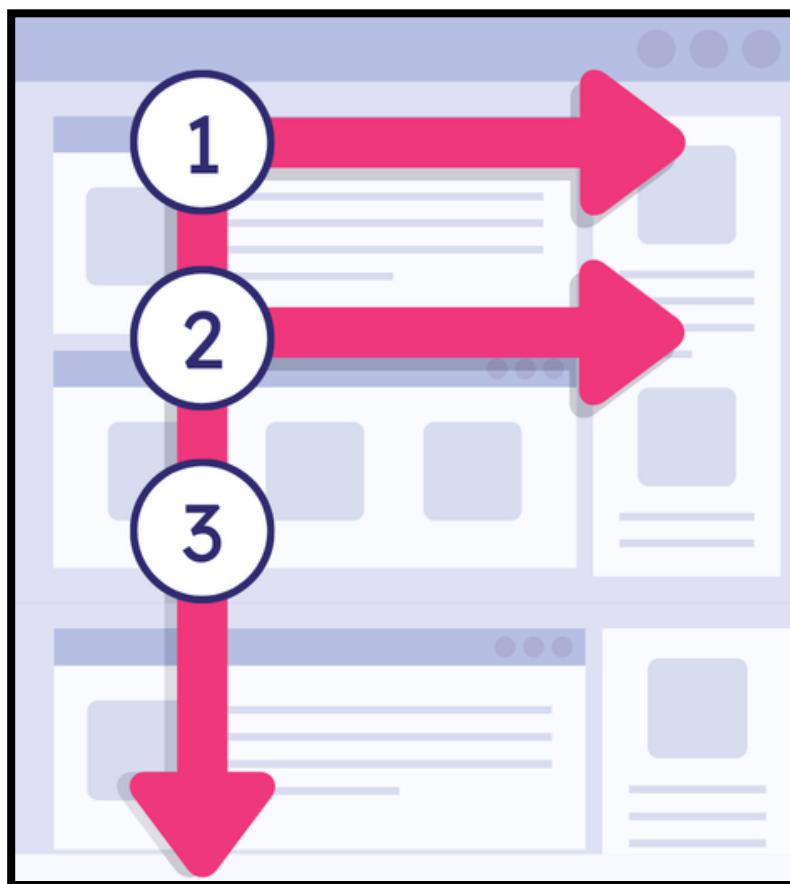


### Padrões de visualização

**Padrão de leitura em Z** – Esse tipo de padrão é aplicado para informações que não estão organizadas em blocos, pois o olhar da audiência é direcionado para passar pelas informações em formato semelhante a letra Z, veja um exemplo:



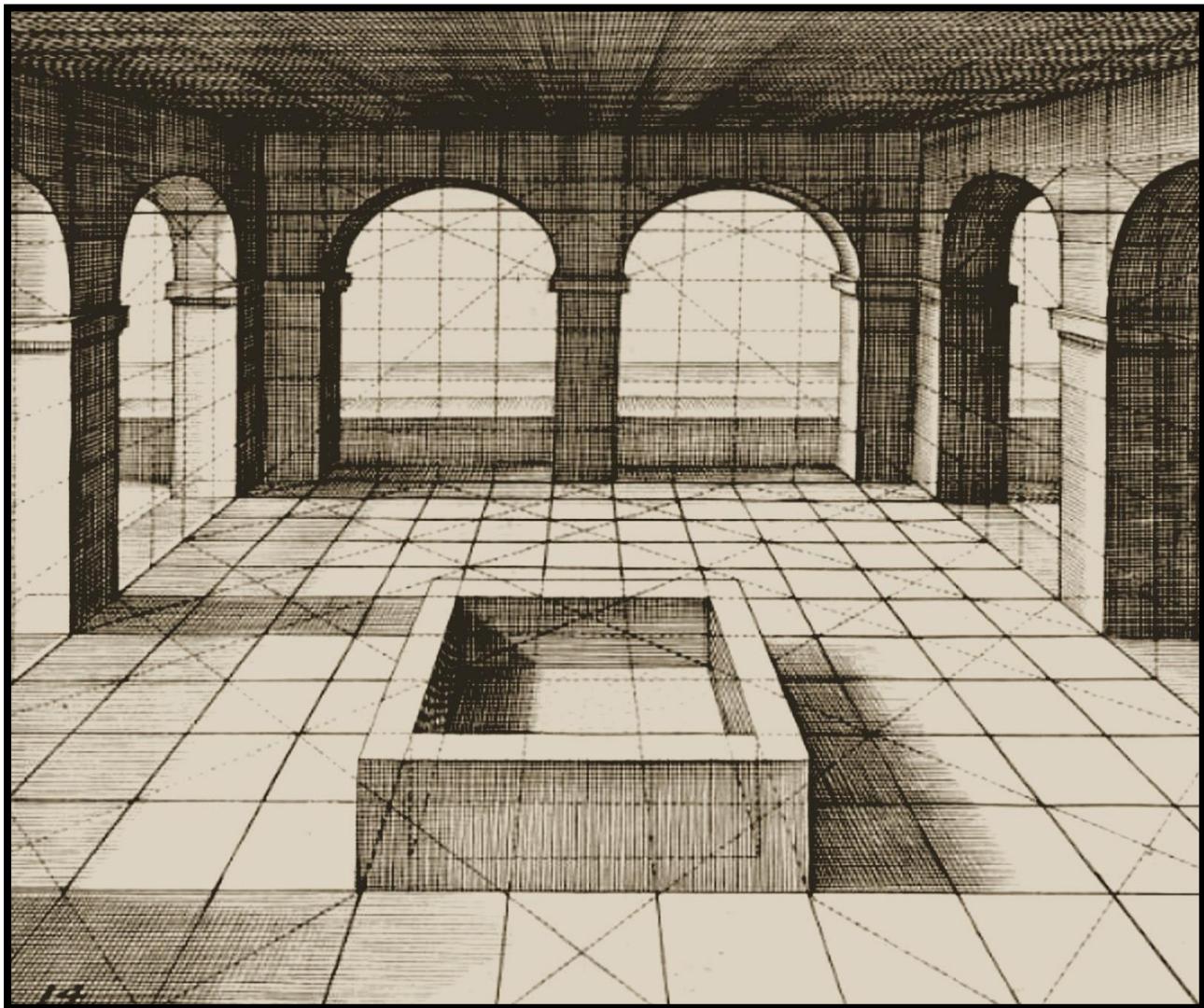
**Padrão de visualização em F –** Esse tipo de padrão de visualização é aplicado em conteúdos mais pesados, com textos longos, o leitor verifica o lado esquerdo da imagem, a procura de palavras-chave ou ponto de interesse em títulos iniciais, ou elementos que possam entender como o *start* na leitura até encontrar algo do seu interesse, veja um exemplo abaixo:



guiar o olhar dos telespectadores, transmitindo com eficiência a mensagem passada, quer seja por imagem ou vídeo.

**DESAFIO**

Selecione duas cenas de um filme, ou duas imagens e identifique as técnicas de composição fotográfica, sinalize e aponte as técnicas encontradas.

**TEMA 04 COMPOSIÇÃO VISUAL****Introdução**

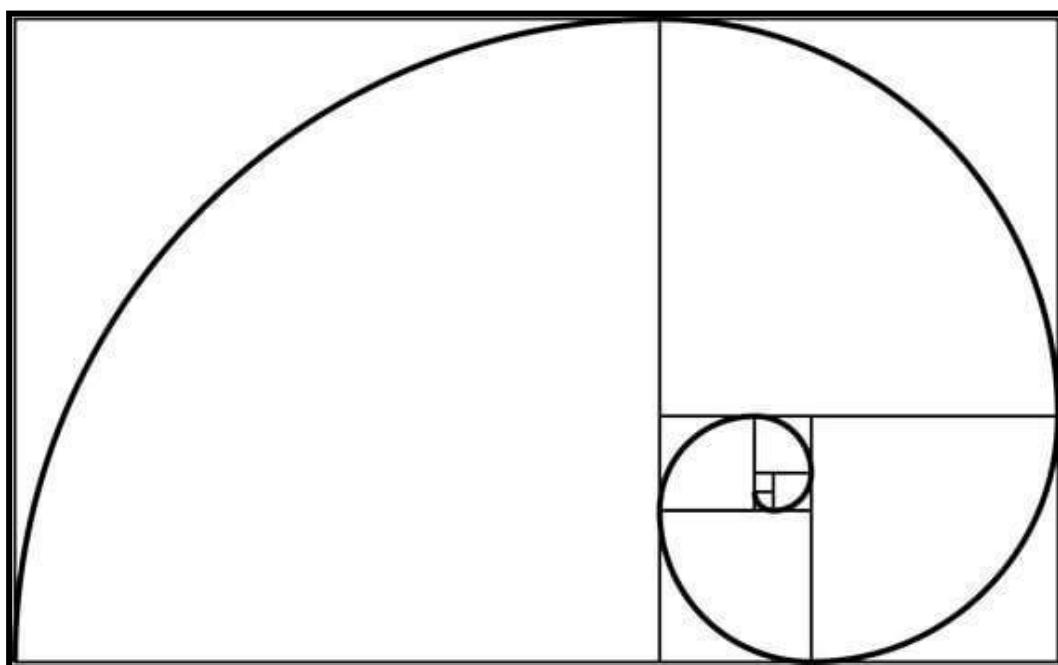
Uma composição visual se refere ao processo de organizar ou arrumar os elementos em uma imagem, vídeo ou arte, levando em conta os princípios da arte visual, esses elementos podem ser uma pintura, desenho, objeto entre outros exemplos. Uma composição bem aplicada em um vídeo é capaz de gerar uma estética harmoniosa, fixar a atenção do espectador para os pontos de interesse do assunto e até alcançar um clímax emocional. Juntamente com o enquadramento, usar as técnicas corretas pode ajudar. Algumas técnicas são bem conhecidas como a regra dos terços(vista no tema anterior), proporção áurea, simetria e assimetria, entre outras. Vamos conhecer mais um pouco dos principais conceitos de composição e seu uso na produção audiovisual.



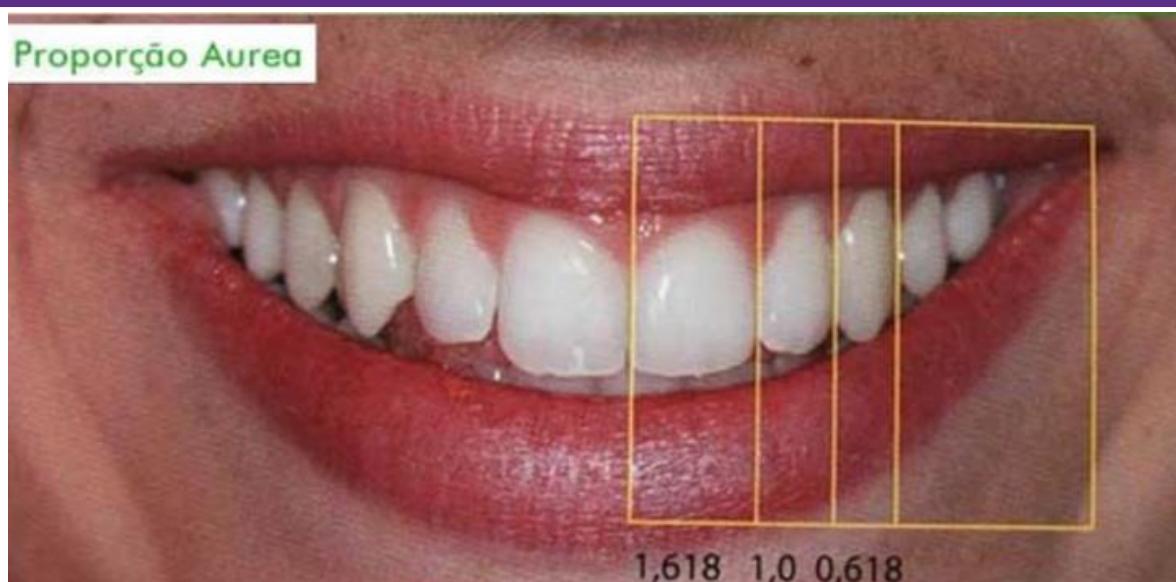
### Elementos da composição visual

A composição visual possui alguns elementos fundamentais para atingir seu objetivo, por isso devemos conhecer os principais elementos de uma composição visual.

**Proporção áurea** – Um padrão geométrico encontrado em toda natureza, por isso torna-se agradável aos olhos. É uma constante real algébrica irracional obtida pela divisão de uma reta em dois segmentos(a e b), cuja divisão da mais longa pela soma das duas partes é uma constante que se chama número de ouro. A regra dos terços é derivada da proporção áurea, apesar de não serem os mesmos pontos de interesse, por ter um pequena variação entre si. Ambas são esteticamente agradáveis para a audiência. Veja no exemplo abaixo a proporção áurea:



É representada pela letra grega phi ( $\phi$ ) e foi descoberta por Euclides, um matemático grego há mais ou menos 2300 anos. A proporção áurea está em tudo, na natureza , na vida e até mesmo em você, nosso corpo é formado em proporção áurea, veja os exemplos abaixo:

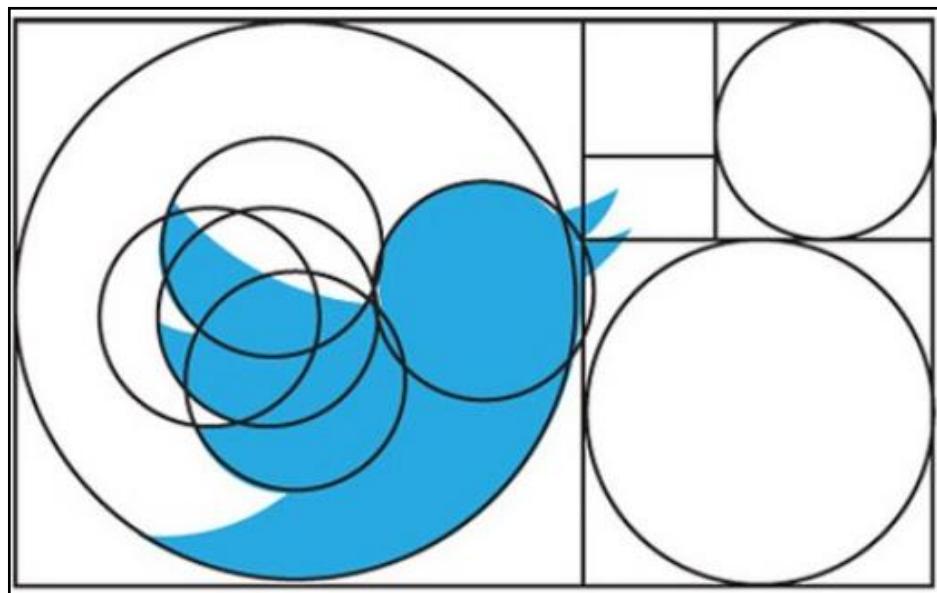
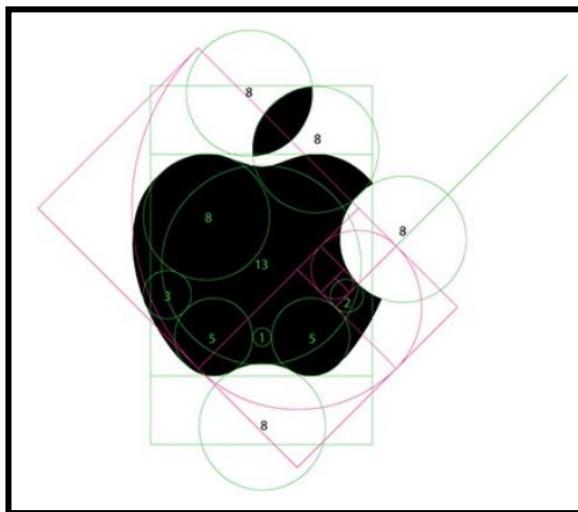


Por todo nosso corpo se encontra padrões de proporção áurea, tanto em partes divididas separadamente, como mostra a imagem acima apenas da boca, como o corpo por inteiro também se compõe em proporção áurea. Veja outro exemplo no corpo humano da presença da proporção áurea:



Como dito anteriormente a proporção áurea está em tudo , inclusive no design e cinema, deste modo é muito importante reconhecer esse padrão em imagens e vídeos , para entender melhor e conseguir aplicar em suas criações. Vamos para outro exemplo da proporção áurea, mas agora

no design:



Podemos notar que até as grandes empresas também fazem o uso da proporção áurea em seus logos, dessa forma tornando-os mais agradáveis para a visão e mais fácil a associação com a marca. Por isso entender como usar a proporção áurea é muito importante , mas não se prenda à isso, pois não existem apenas essa técnica como várias outras, essa decisão de usar ou não usar determinada técnica deve ser tomada no briefing(planejamento).

**Equilíbrio Simétrico e Assimétrico** – É quando os objetos de ambos os lados da imagem se equilibram, e formam uma estética agradável aos olhos. Em movimento, por exemplo, a cena deixa de ser simetria e se torna assimétrica, e então a atenção da audiência é voltada para a tela. A simetria é a conformidade de tamanho, forma e posição entre as partes de um todo, como resultado temos uma harmonia de certas combinações e proporções regulares a partir de um eixo central. Já a assimetria é a ausência da simetria, pois os lados não possuem um eixo central, portanto um lado é diferente do outro. Nas imagens abaixo é mostrado um exemplo de imagens

simétricas e assimétricas respectivamente:

*Imagen simétrica*



*Imagen Assimétrica*

Ao criarmos

um arte visual



estática(imagem) ou em movimento(animação ou video), precisamos planejar o espaço em que vai distribuir a composição, por isso é importante usar critérios que resultem em um arranjo harmonizado, agradável, atraente, lógico, confortável, e se possível surpreendente. Por isso o uso do equilíbrio quer seja simétrico ou assimétrico auxilia na visualização e entendimento da composição. Quando falamos que uma pessoa é bonita, em termos técnicos é que essa pessoa é simétrica, pois os elementos estão bem distribuídos no qual torna a vista agradável aos olhos.

**Equilíbrio de Harmonia e Proporção** – É responsável por transmitir harmonia e sensação de bem estar e conforto visual da imagem. A organização harmônica do espaço não aparece apenas em imagens diagramadas, ou em cenas de filmes famosos, mas ocorre a todo momento, em tudo que vemos ao nosso redor. A natureza, por exemplo, é originária dessa organização visual, que vemos presente nas paisagens, na flora, na fauna e inclusive no próprio corpo humano. Manter o equilíbrio visual é fundamental para manter a atenção da audiência e guiar o olhar para onde quer que desejemos, dessa forma o equilíbrio da harmonia e da proporção se faz necessário.

O equilíbrio da harmonia trata-se de objetos com diferentes texturas e cores que causam contraste, é muito importante para a composição, esses objetos harmonizam a cena e funcionam como pontos de descanso para os olhares, mas é importante lembrar para não preencher demais a cena pois pode ficar poluída e os objetos se tornam pontos de distração. Um projeto mal resolvido pode ser reflexo de uma desarmonia na proporção ou localização dos elementos, em relação a si próprios e ao espaço.

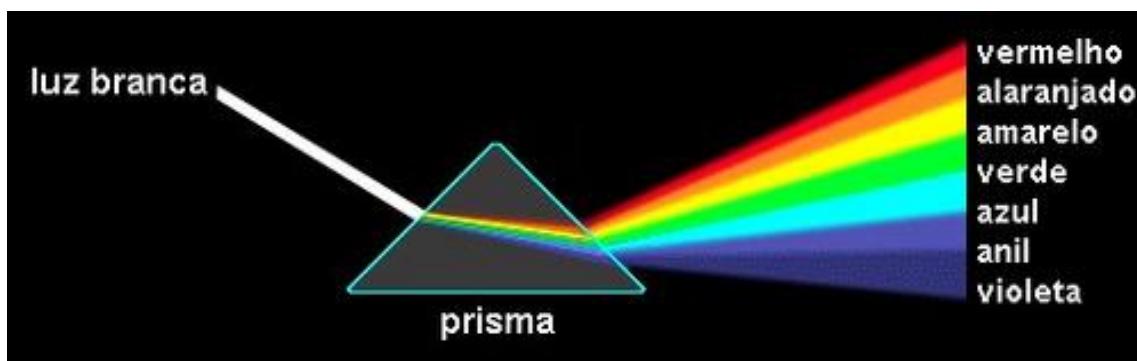
O equilíbrio de proporção é responsável por distribuir de forma agradável os elementos em cena, quer seja assimetricamente ou simetricamente, dessa forma causando um bem estar visual, e assim mantendo a atenção da audiência.

### Cores

A luz do sol(e de qualquer objeto que emita luz) pode ser absorvida, refletida, transmitida ou refratada.

### Refração

A refração é quando, através de um objeto refrator(um prisma, por exemplo), a luz é decomposta ou dividida para diferentes pontos.



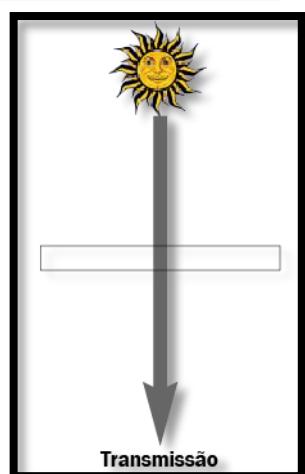
### Transmissão

A transmissão acontece em vidros, por exemplo, quando nenhuma parte da luz é perdida, ou seja, quando a luz atravessa uma superfície ou objeto. Existem três tipos de transmissão: direta, difusa ou seletiva.

**Transmissão direta** – Esse tipo de transmissão acontece quando a luz atravessa um objeto e não muda a direção ou qualidade da luz.

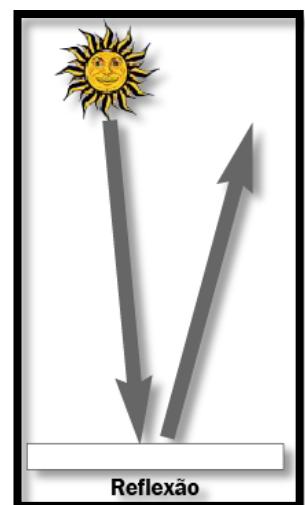
**Transmissão difusa** – A transmissão difusa ocorre quando a luz passa através de um objeto transparente ou mesmo semitransparente, logo esse objeto apresenta alguma textura, pois ao invés da luz se projetar em uma única direção, ela é desviada em várias direções.

**Transmissão seletiva** – Ocorre quando a luz atravessa um objeto colorido, parte dessa luz é absorvida e parte é transmitida pelo objeto.



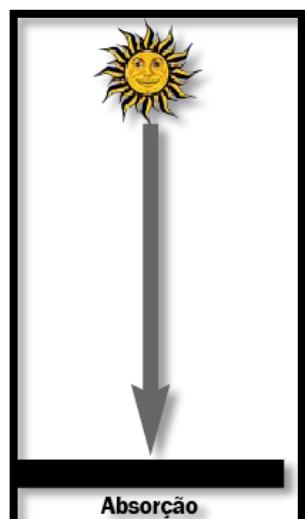
## Reflexão

A reflexão acontece quando a luz projetada em um objeto é refletida, totalmente ou em parte, de maneira especular ou difusa por esse objeto. A reflexão especular é quando a luz reflete de uma superfície lisa, e o comportamento dessa luz será refletida no mesmo ângulo que incide nessa superfície, como um espelho por exemplo. Já a reflexão difusa é quando a luz é projetada sobre uma superfície com alguma textura, produzindo uma luz mais suave com menos contraste, do contrário à reflexão direta que produz uma luz mais intensa, com mais contraste e sombras mais bem definidas.



## Absorção

Um objeto ou superfície pode absorver a luz parcial ou totalmente, uma superfície branca, por exemplo, tende a refletir e não absorver uma luz incidente, já uma superfície escura, tende a reter a luz incidente sobre ela. Por causa desse fenômeno podemos entender que em dias quentes de calor é melhor usar o branco e não o preto, justamente devido a luz absorvida pelo preto e multiplicará o calor.

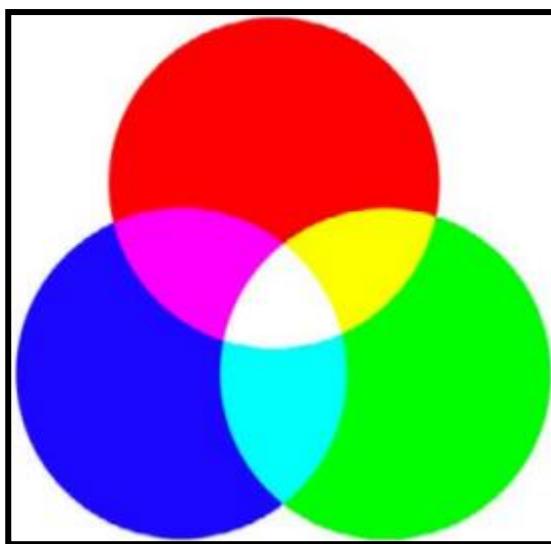


## Padrões de Cores

As cores são divididas em dois padrões, o RGB e o CMYK, cada uma delas é usada de maneiras diferentes, vamos entender um pouco mais sobre esses padrões.

## RGB

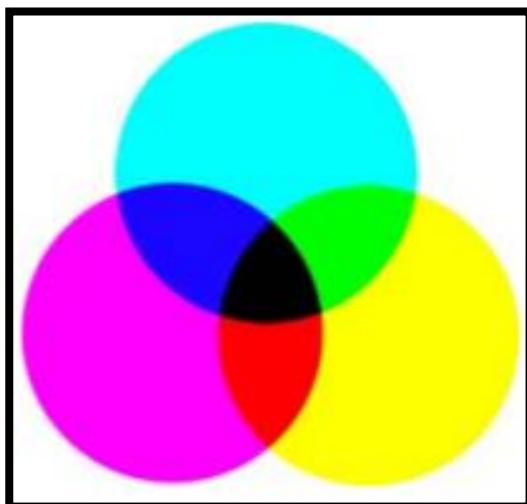
Esse padrão usa como base as cores vermelha(red), verde(green) e azul(blue), são usadas em superfícies que transmitem luz. As telas de dispositivos exibem imagens com centenas e até milhares de pixels(pontos de luz), cada um possui três subpixels: luz vermelha, verde e azul, que acendem em diferentes intensidades. Os valores RGB são exibidos em um intervalo entre 0 e 255, logo podemos entender que existem 256 níveis de cada uma das três cores, que permite a combinação para criar uma determinada cor entre branco e preto. O padrão RGB é usado em superfícies que refletem luz, O valor da cor preta em RGB é 0% de vermelho, 0% de verde e 0% de azul, ou seja, há uma completa ausência de luz, agora o valor do branco é 255 de cada uma das cores RGB, isso significa que existem a presença máxima da luz logo branca.



Padrão RGB

## CMYK

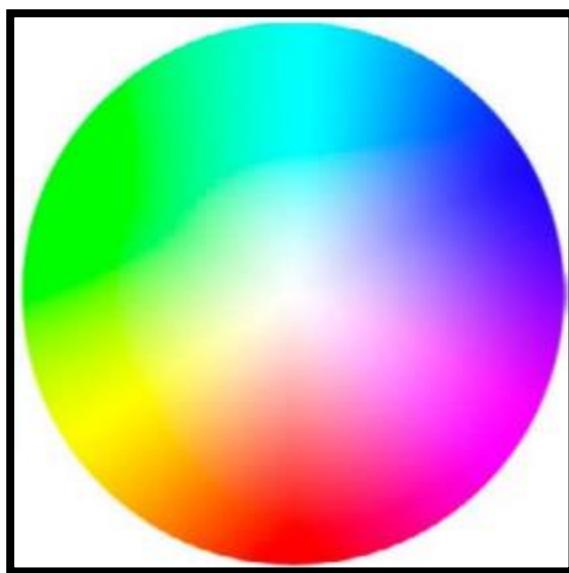
O padrão CMYK é representado pelas iniciais das cores ciano(cian), magenta(magenta, amarelo(yellow) e preto(black). É um padrão usado na impressão, ao contrário do padrão RGB, o CMYK usa cores subtrativas, ao invés das aditivas usadas no RGB. A adição de cores no modo CMYK tem o efeito contrário do RGB, quanto mais cor adicionada, mais escuros os resultados. Portanto para criar resultados mais claros devemos remover ou subtrair as cores.



Padrão CMYK

### Combinação das cores

Existem alguns padrões para combinar as cores, para determinar o tipo de sensação e sentimento despertado na audiência, deste modo vamos conhecer os principais padrões para entender melhor o uso das cores na composição audiovisual.



Círculo Cromático

O círculo cromático é uma representação simplificada das cores percebidas pelo olho humano. EM grande parte das vezes é representado num formato de *pizza*, com 12 pedaços, de modo que cada um deles é representado por uma cor e essas cores são dispostas de maneira a formar um espectro perfeito. Dentro do círculo cromático podem ser classificadas de 3 principais formas: cores primárias, cores secundárias e cores terciárias.

**Cores primárias** – São as cores base para outras cores, o vermelho, azul e o amarelo.

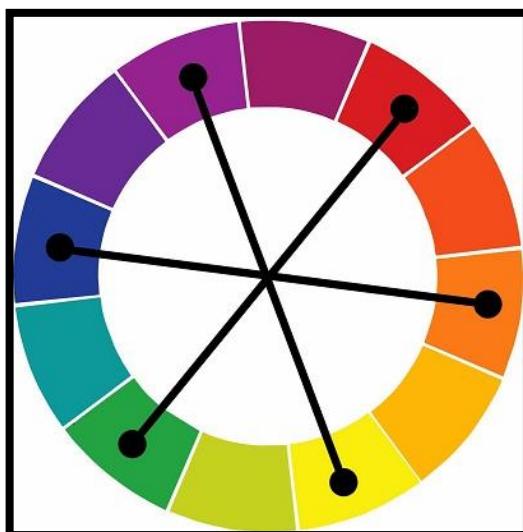
**Cores secundárias** – São as cores que podem ser formadas misturando as cores primárias, o verde, laranja e o violeta.

**Cores terciárias** – São as cores que se formam em misturas das cores primárias e as

secundárias, roxo-avermelhado, laranja-avermelhado, laranja-amarelado, verde-amarelado, verde-azulado e o roxo-azulado.

Além dessas classificações podemos usar os padrões de cores de diversas formas como as cores complementares, análogas, tríade e o quadrado.

**Cores complementares** – É quando usamos cores que estão em lados opostos do círculo cromático, como o azul e o laranja , por exemplo. Esse tipo de mistura tem alto contraste como resultados interessantes.

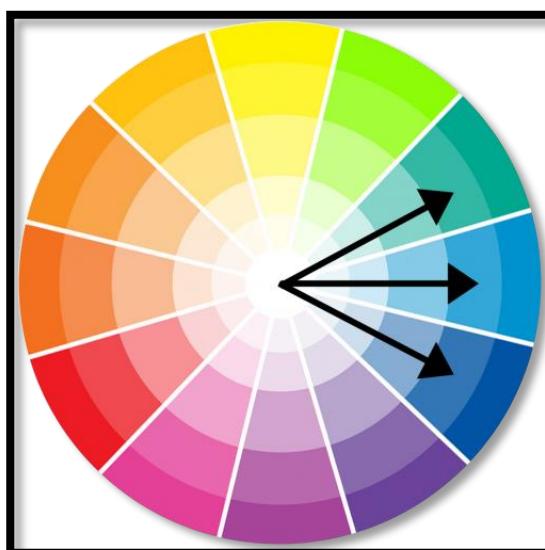


Cores Complementares

#### Cores

#### análogas

– É a cor próxima da cor escolhida, o vizinho da direita e o vizinho da esquerda do círculo cromático são as cores análogas. São pouco contrastantes geralmente usamos uma cor dominante e as outras duas como detalhes.

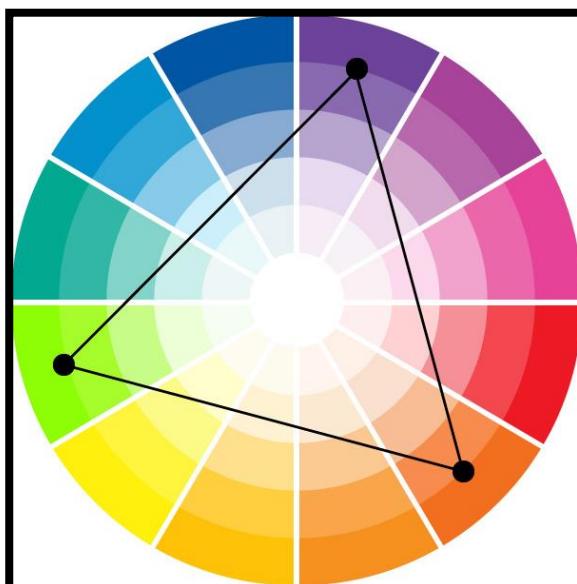


**Cores  
tríade**  
cromática é quando

#### Cores Análogas

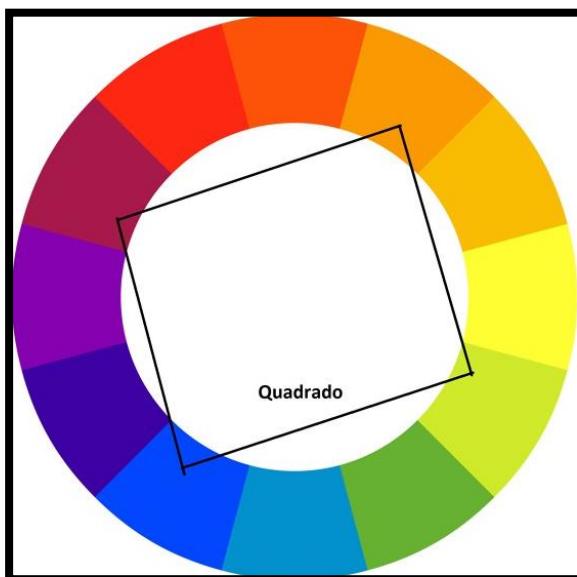
cromática – A tríade  
escolhemos três cores

distantes no círculo cromático, criando um mix de cores, como azul, vermelho e amarelo, de modo semelhante as cores análogas, é usado uma cor dominante e as outras duas como composição dos detalhes.



Tríade Cromática

**Cores em quadrado** – O quadrado é a combinação de 4 cores equidistantes uma das outras, ou seja, são tons complementares criando um efeito mais dinâmico e vivido.



Quadrado de 4 Cores

Em conjunto com as técnicas de equilíbrio, a influência das cores na imagem, ou cena são fundamentais para agradar os olhares dos telespectadores. Quando usamos as cores de forma inteligente aplicando corretamente contrastes interessantes, uma iluminação na medida e atingindo o equilíbrio é quase certo que irá destacar os pontos chave da composição, atraindo a atenção, e pode despertar o interesse ou desejo de compra. A cor é fundamental no processo de criação, pois ela dá vida e ajuda a proporcionar conforto visual para a audiência.



## DESAFIO

Faça uma pesquisa na internet de 4 imagens ou 4 cenas de filmes e identifique os padrões de cores complementares, análogas, tríade e o quadrado.

**TEMA 05 COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL****Introdução**

Nos meios profissionais que fazem parte do campo da comunicação, os processos de produção estão em constante mutação. E o mercado procura por profissionais que sejam adaptáveis, dinâmicos e polivalentes. O perfil desse profissional, considerado profissional híbrido é definitivamente muito valorizado.

**O que audiovisual?**

Audiovisual é a forma de se comunicar combinando imagem e som, bem como a cada produto

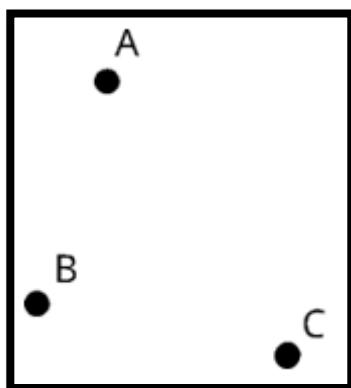
gerado por estas formas de comunicação. Essa forma de se comunicar necessita de uma linguagem específica, a linguagem visual. Linguagem audiovisual constitui-se pelo uso da fotografia e de registros gráficos, combinados à sonoridade da voz humana, do som ambiente ou de música. A linguagem audiovisual é constituída por três tipos de linguagens: verbal, sonora e visual – que conjugadas, transmite uma mensagem específica. A mensagem visual se constitui em um conjunto semântico, dramático e expressivo das funções exercidas pelos planos, ângulos, movimentos de câmera e recursos de montagem que constroem o universo das imagens. Na comunicação com o mundo, fazemos uso alternado ou conjunto dos nossos sentidos. Quando os fenômenos exigem a atenção de mais de um sentido, estes não se somam, mas se combinam para a totalidade de concentração da mensagem.

### Linguagem audiovisual

É através da linguagem de audiovisual que acontecem vários estímulos sensoriais simultâneos, fazendo que suprimimos as excitações, muitas das vezes provocadas por alguns desses estímulos, para nos concentrarmos naquelas que efetivamente interessam no momento. Com base em alguns estudos de autores referencias, é importante entender os elementos visuais mais comuns na linguagem audiovisual: ponto, linha, forma, plano e textura.

#### Ponto

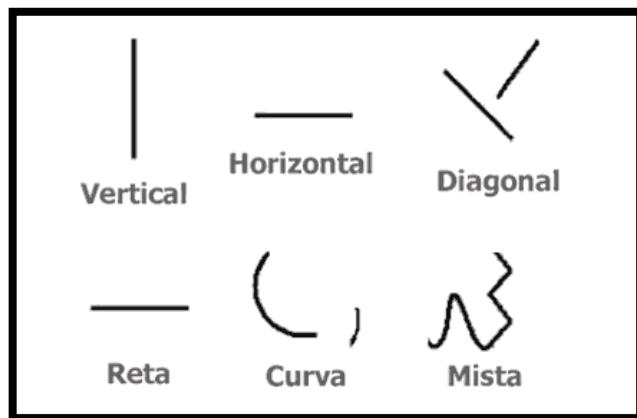
Um ponto é o elemento básico da geometria no qual todas as outras formas geométricas se formam. O ponto é onde duas linhas se cruzam, também conhecido como vértice, pode ser representado de duas maneiras graficamente, pela intersecção de duas linhas ou por um simples toque na superfície.



#### Linha

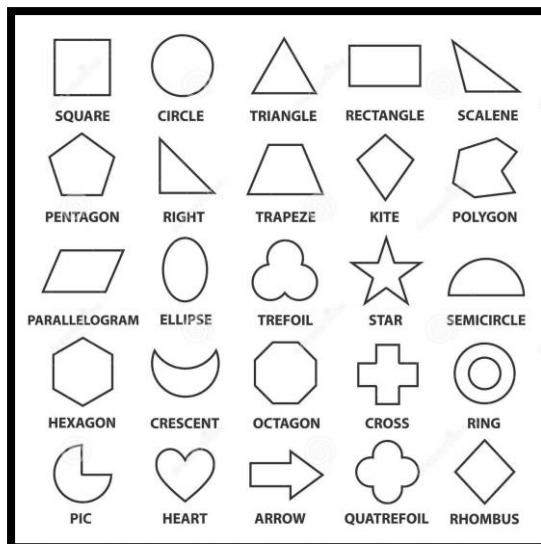
Uma linha é definida como um caminho pelo movimento de um ponto no espaço. A linha é o elemento visual que mostra direcionamentos, carrega em si a idéia de movimento, e também delimita e insinua as formas. As linhas são classificadas como físicas, geométricas e geométricas gráficas. Linhas físicas são aquelas que podem ser vistas pelo olhar humano, as geométricas são de comprimento ilimitado não possuindo espessura e altura, são apresentadas através da imaginação e as linhas geométricas gráficas são desenhadas numa superfície, se concretizando

por colocar um material gráfico sobre uma superfície movendo-o numa direção.

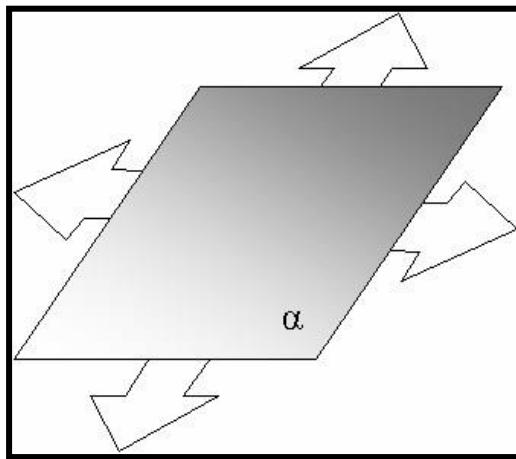


## Forma

A forma é considerada o aspecto exterior de objetos reais, imaginário ou por representação. A forma é representada pelas linhas, que se encontram e dando origem à forma. A articula a complexidade da forma.



**Plano** – É uma superfície sem lisa, de extensão infinita, que pode se estender em todas as direções possíveis. A representação do plano será feita através de uma figura que sugere a idéia dele.

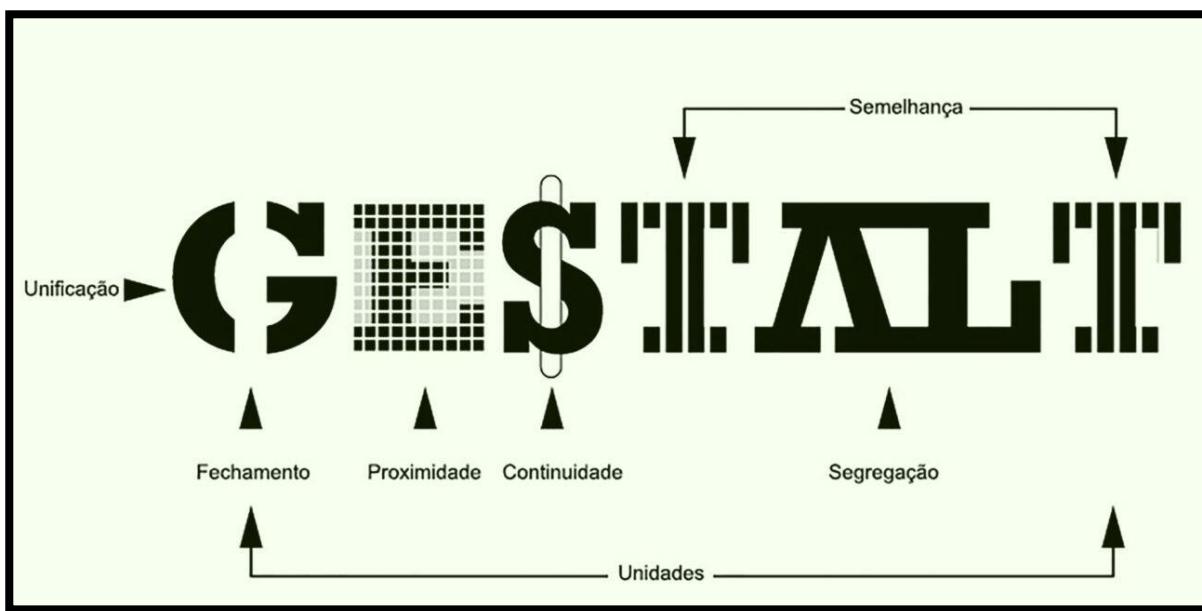


**Textura** – É o elemento visual que expressa a qualidade tátil das superfícies dos objetos permitindo identificá-los e distingui-los de outras formas.



### Técnicas de audiovisual

Existem uma grande variedade de técnicas que podemos aplicar em nossas imagens, ou vídeos, se faz necessário conhecer as principais para alcançar um alto nível de compreensão da composição e atingindo assim o objetivo definido inicialmente. Vamos conhecer uma das técnicas mais conhecidas e utilizadas na comunicação visual, a gestalt.

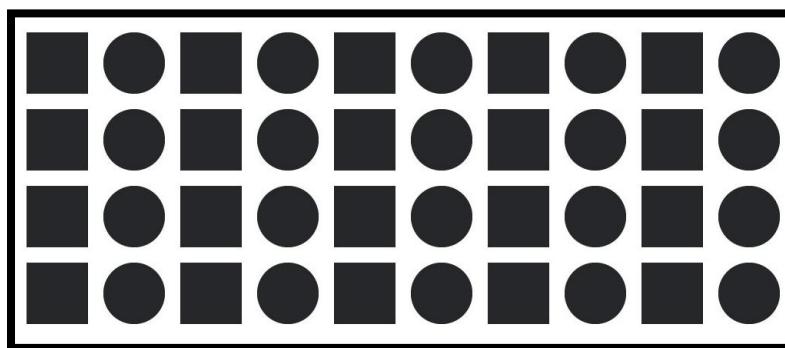


## Gestalt

A gestalt, também conhecida como psicologia da forma, é uma doutrina que defende que, para entender as partes, é necessário, antes, compreender o todo. Basicamente trata sobre o processo em que seu cérebro percebe, interpreta e organiza as informações visuais. O cérebro humano organiza naturalmente o que você vê seguindo padrões racionais. Padrões estes que o estudo da gestalt em pilares, também conhecidos como as leis de gestalt: semelhança, proximidade, continuidade, pregnância, fechamento, segregação e unificação.

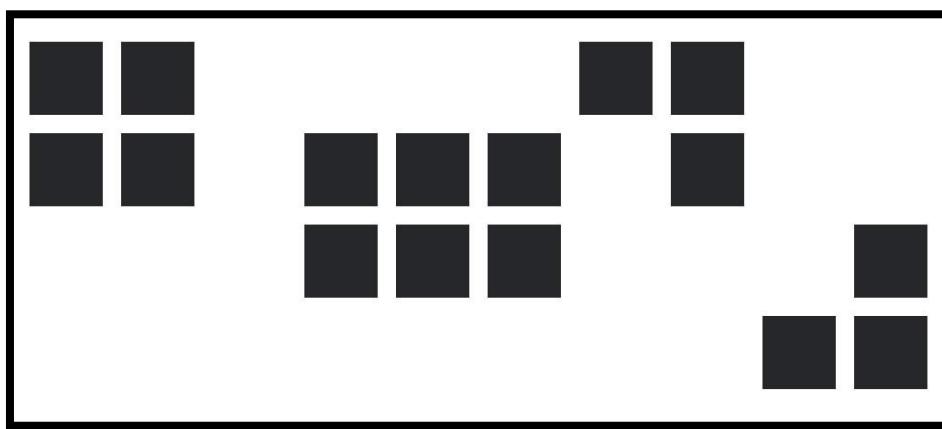
## Semelhança

A lei de semelhança se aplica ao seguinte entendimento – “Objetos que possuem formas, cores ou aparências, em geral, semelhantes tendem a ser interpretados como uma unidade”.



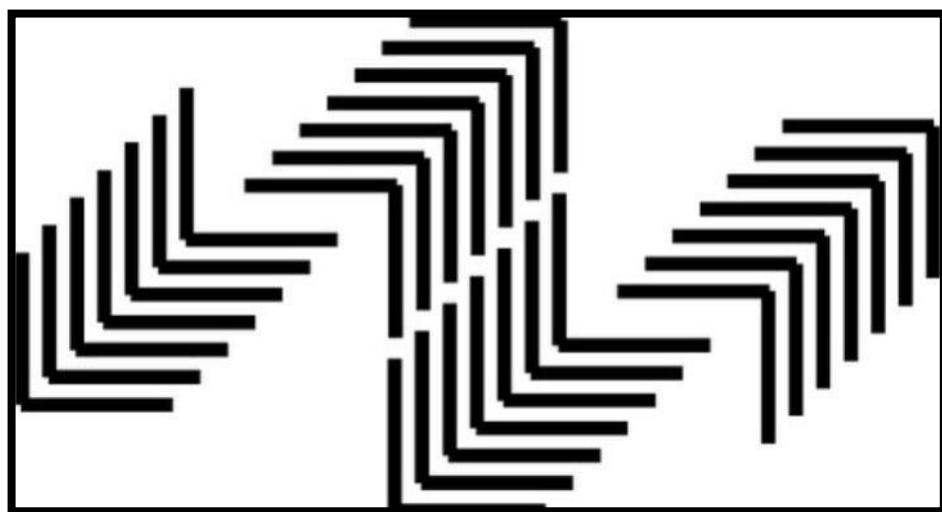
## Proximidade

Elementos muito próximos uns dos outros, se encaixando harmoniosamente, são processados em nosso cérebro como elementos conjuntos, ou como unidades. É uma das maneiras do nosso cérebro organizar o que vê, formando grupos de objetos que possuam características em comum.



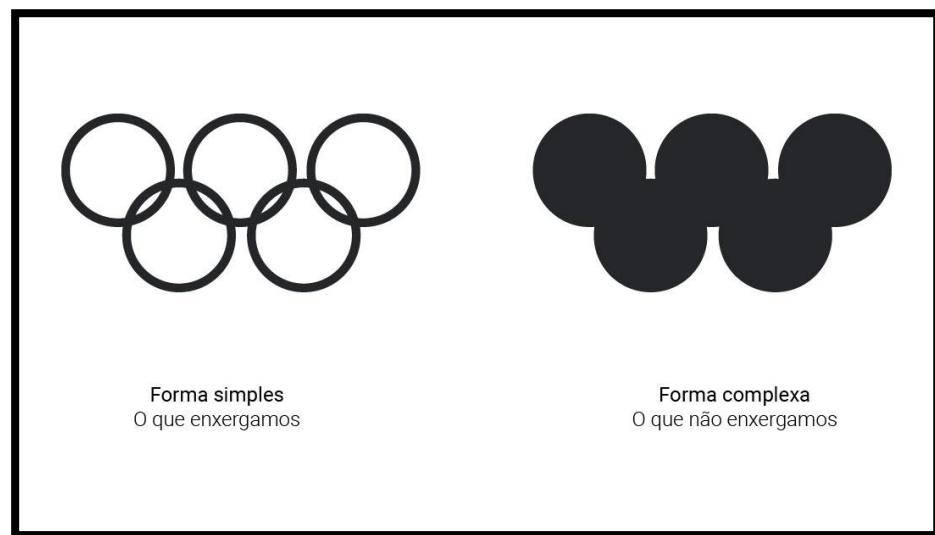
### Continuidade

O nosso cérebro comprehende qualquer padrão como contínuo mesmo se interrompido. Quando vários elementos apontam para o mesmo canto, por exemplo, nossa mente tende a acompanhar à direção para a qual a figura aponta.



### Pregnância

É conhecida também como a lei da forma, e indica simplicidade na construção de um objeto, mas não só à simplicidade, também ao seu equilíbrio de regularidade estrutural. De modo geral, é a forma que recebemos um objeto de forma agradável e que permite uma identificação e conforto visual. Essa lei muitas vezes, é referida como a lei da simplicidade, afirmando que os objetos são vistos de uma maneira que faz parecer tão simples quanto possível.



### Fechamento

É a lei que faz com que nosso cérebro produza contornos que não existem, por isso é chamada de fechamento sensorial. Este princípio diz que a boa forma se completa, se fecha sobre si mesma, formando uma figura delimitada, ou seja, nosso cérebro completa as imagens para que elas façam sentido.

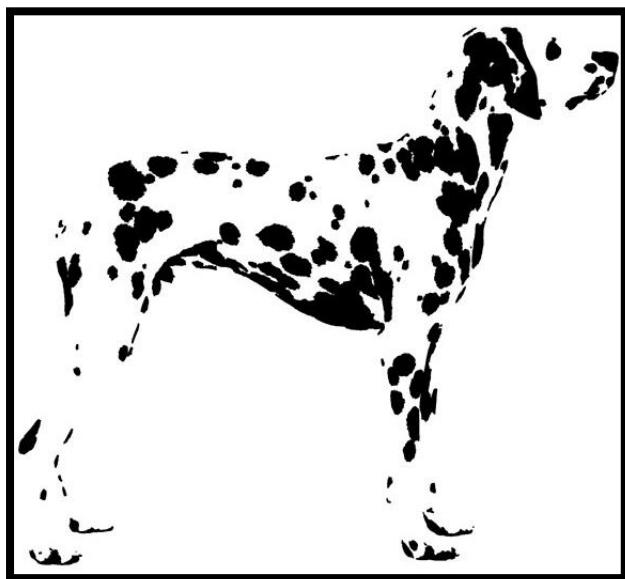


### Segregação

Essa lei designa a capacidade de fazer a separação de unidades dentro de uma mesma imagem, ou seja, a capacidade que nosso cérebro tem de diferenciar ou evidenciar objetos, ainda que sobrepostos. O número de segregações possíveis depende da complexidade e tempo para observar o que vemos.

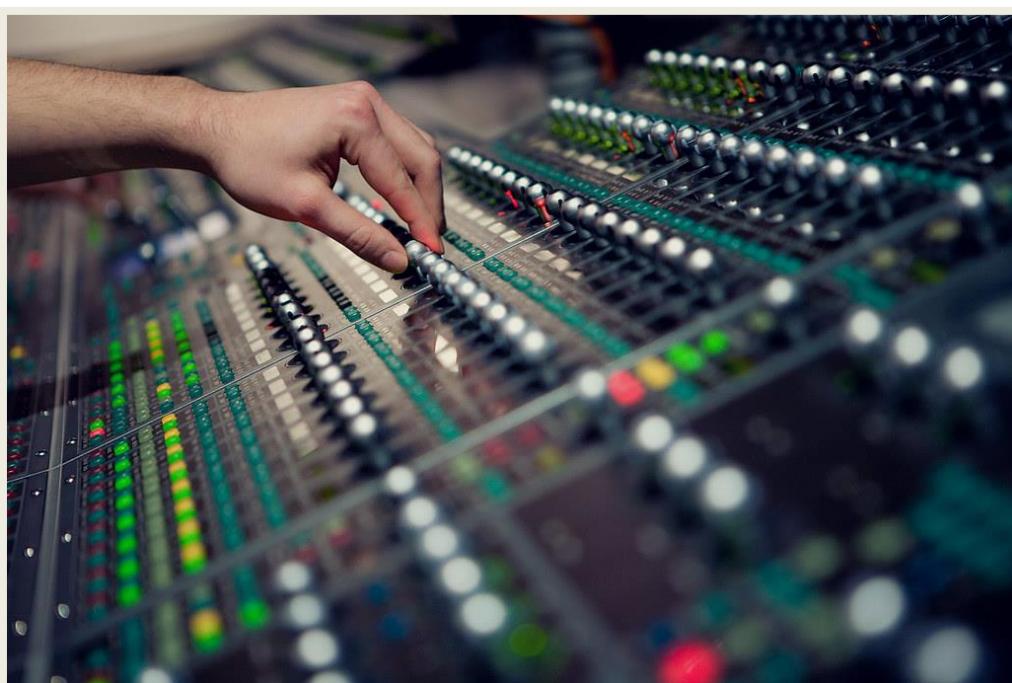
### Unificação

Essa lei apresenta que mesmo uma imagem abstrata pode ser entendida pela mente humana pois preenchemos os espaços vazios instintivamente, como podemos notar no exemplo abaixo.



### **Sound design**

É importante lembrar que um video é composto por imagens e som, ou seja, 50% dos videos são compostos pelos sons, pois o bom áudio atrai o interesse da sua audiência e vai fazer com que eles permaneçam ligados, por isso é muito importante um bom trabalho na sonorização do video, para complementar o projeto audiovisual. O sound design é o processo de concepção sonora de um projeto, que pode ser filme, jogo, publicidade, instalações, entre várias outras. O processo de sound design começa com a captação de áudio, pois um video precisa estar transmitindo uma mensagem em que a audiência se sinta próxima do locutor, envolvendo melhor o ouvinte com a narrativa apresentada.



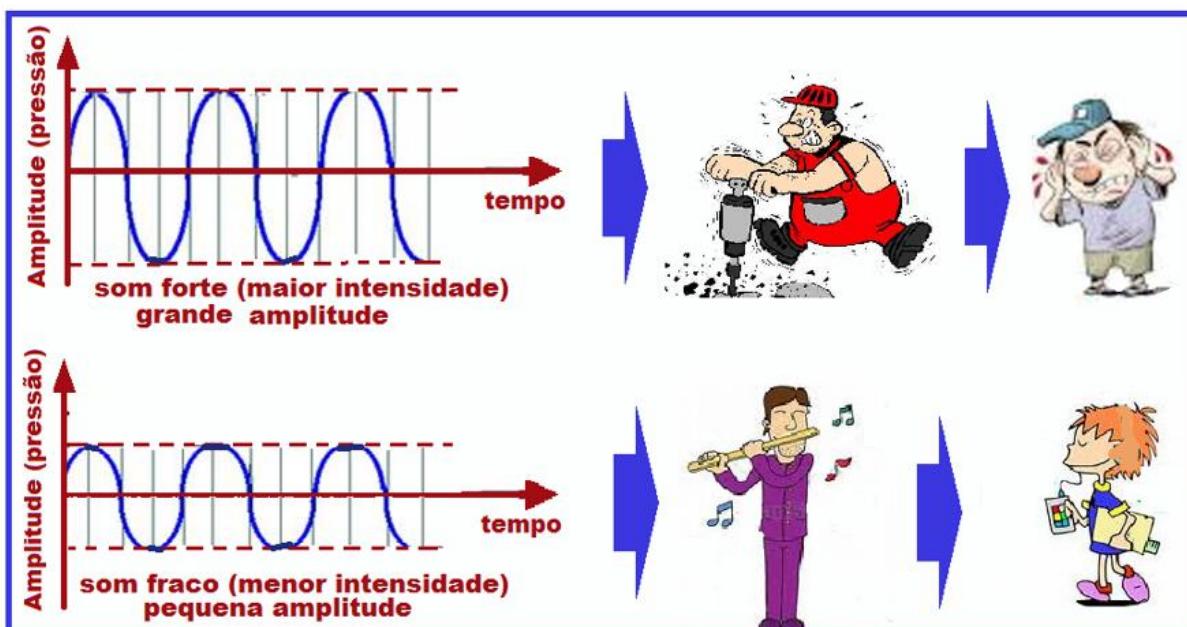
**Sound designer**

O profissional sound designer é responsável pela concepção sonora, participando de todo o processo criativo para a construção de uma narrativa sonora, da pré à pós produção, sendo assim, exerce uma figura importante na direção de som. Esse profissional é conhecido como o “manipulador de sensações”, pois é através da sonorização, é possível integrar com as imagens, dentro de um ritmo, onde fazem com que desperte sensações e emoções para a audiência. Semelhante aos conceitos do design gráfico, os conceitos de sound design são baseados em frequências, onde são aplicadas e melhoradas com seus respectivos tons: graves, médios e agudos.

### Conceitos de som

Para aplicar os conceitos em um projeto audiovisual, é necessário conhecer as bases do som, e como funciona os princípios básicos, assim entender e aplicar esses conceitos serão aplicados corretamente. As propriedades do som são suas características, ou seja, é o que difere um som do outro. No som temos quatro propriedades: intensidade, duração, timbre e altura.

**Intensidade** – Intensidade sonora é a quantidade de energia que as ondas sonoras transferem, através de uma área, durante o intervalo de tempo de um segundo. Essa intensidade está relacionada à altura da amplitude da onda sonora, ou seja, quanto maior a sua amplitude, maior será a sua intensidade. O som pode ser forte ou fraco, podendo ser forte como um galo cantando, ou fraco, como um pintinho piando.

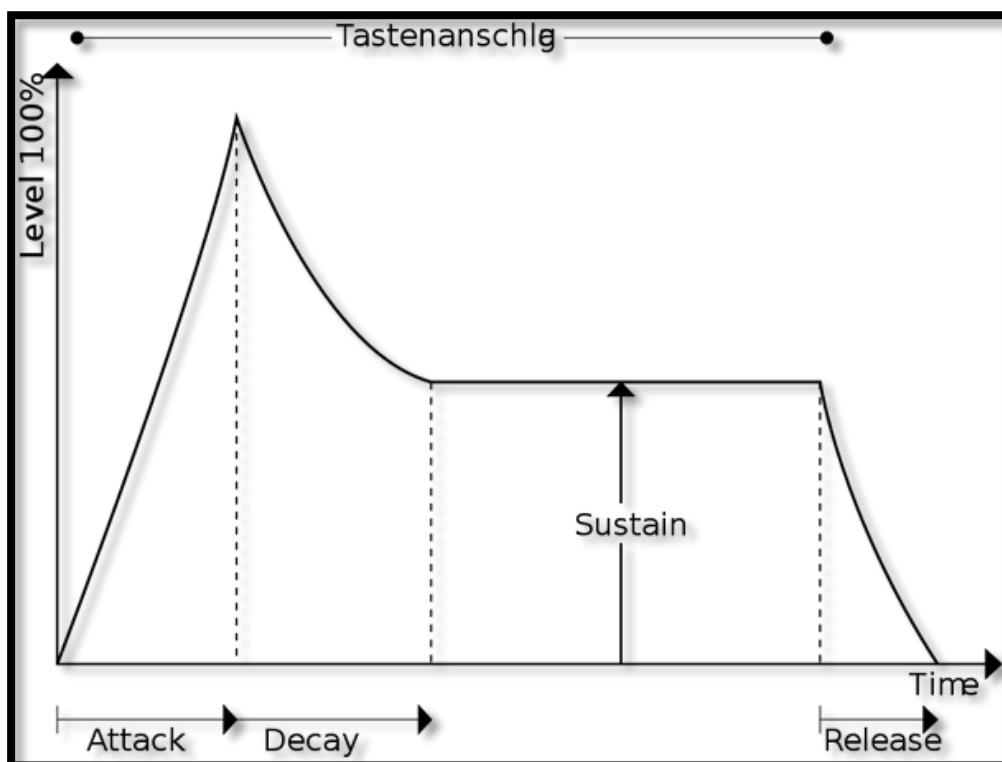


**Duração** – A duração do som é o parâmetro do som diretamente ligado ao tempo de emissão do som, esse parâmetro é o que nos permite distinguir sons longos e sons curtos. O som pode ser longo como o canto de um pássaro, ou curto, como o coxear de um sapo, por exemplo. A duração compreende em quatro estágios:

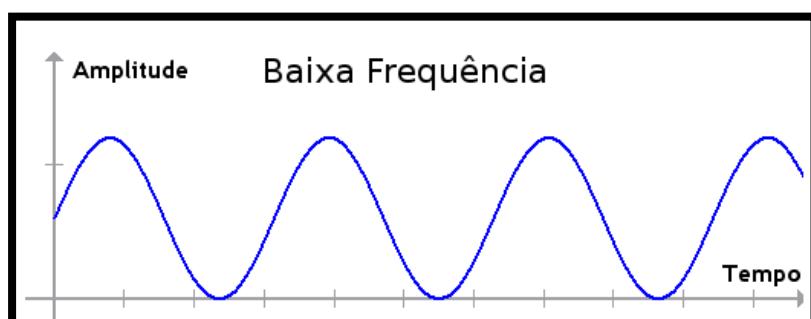
- ✓ **Ataque** - Fase inicial do som, se refere ao tempo necessário para que o som atinja seu

volume máximo.

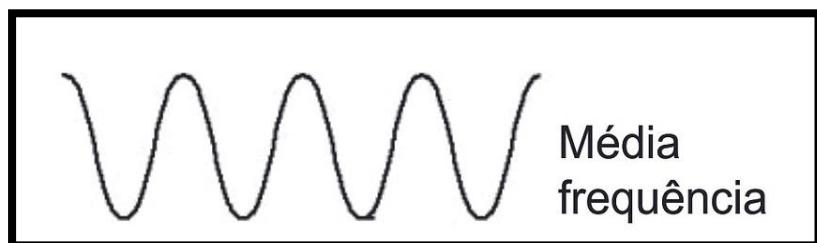
- ✓ **Decaimento** – Esse fenômeno acontece logo após o ataque em que há um pequeno decaimento antes do som se estabilizar.
- ✓ **Sustentação** – A sustentação corresponde ao tempo de duração estável do som emitido.
- ✓ **Relaxamento** – É a fase final do som, a intensidade sonora diminui até se silenciar completamente.



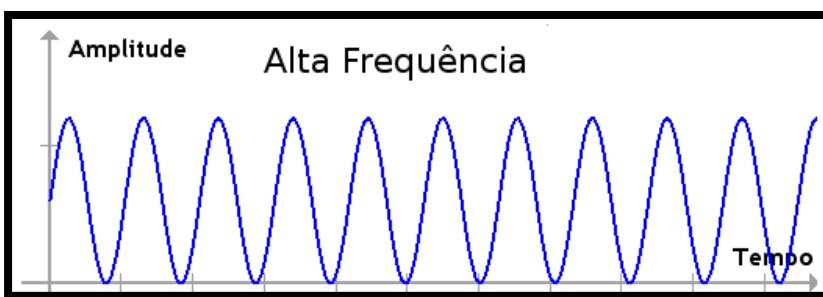
**Timbre** – Também é conhecido como a qualidade do som. O timbre pode ser grave, médio ou agudo. Cada onda sonora apresenta um formato característico, que depende do material que produziu o som, ou seja, o timbre é o que diferencia dois sons de mesma frequência(mesma nota). Por exemplo, a nota *RÉ* tocada no violão tem um som diferente da nota *RÉ* tocada no teclado ou guitarra.



**Timbre grave** – Sons baixos , ou graves, são aqueles que estão na faixa de baixa frequência. Os sons graves são usados na marcação, ou mudança de clímax.



**Timbre médio** – Sons médios são aqueles que estão entre as frequências de grave e agudo. São extremamente importantes para a clareza e separação de diferentes sons.

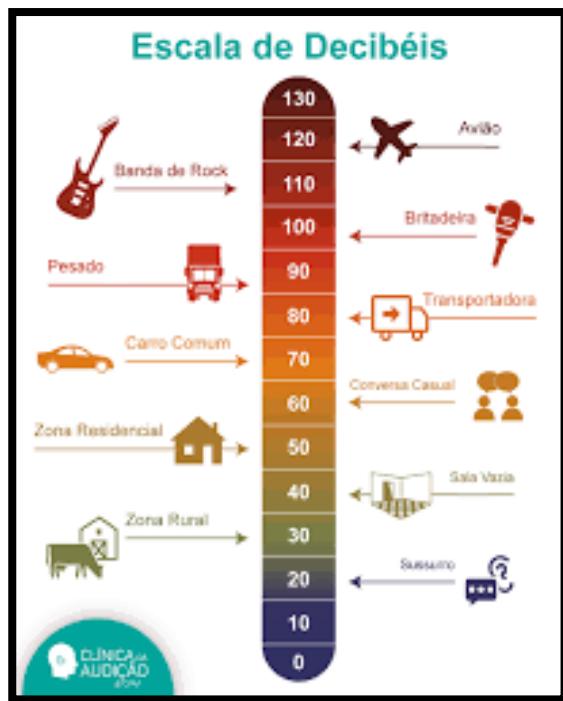


**Timbre agudo** – Sons agudos são aqueles de alta frequência, onde possuem mais ciclos por segundo, é o som mais fino e penetrante, pois representa ondas sonoras de maior oscilação.

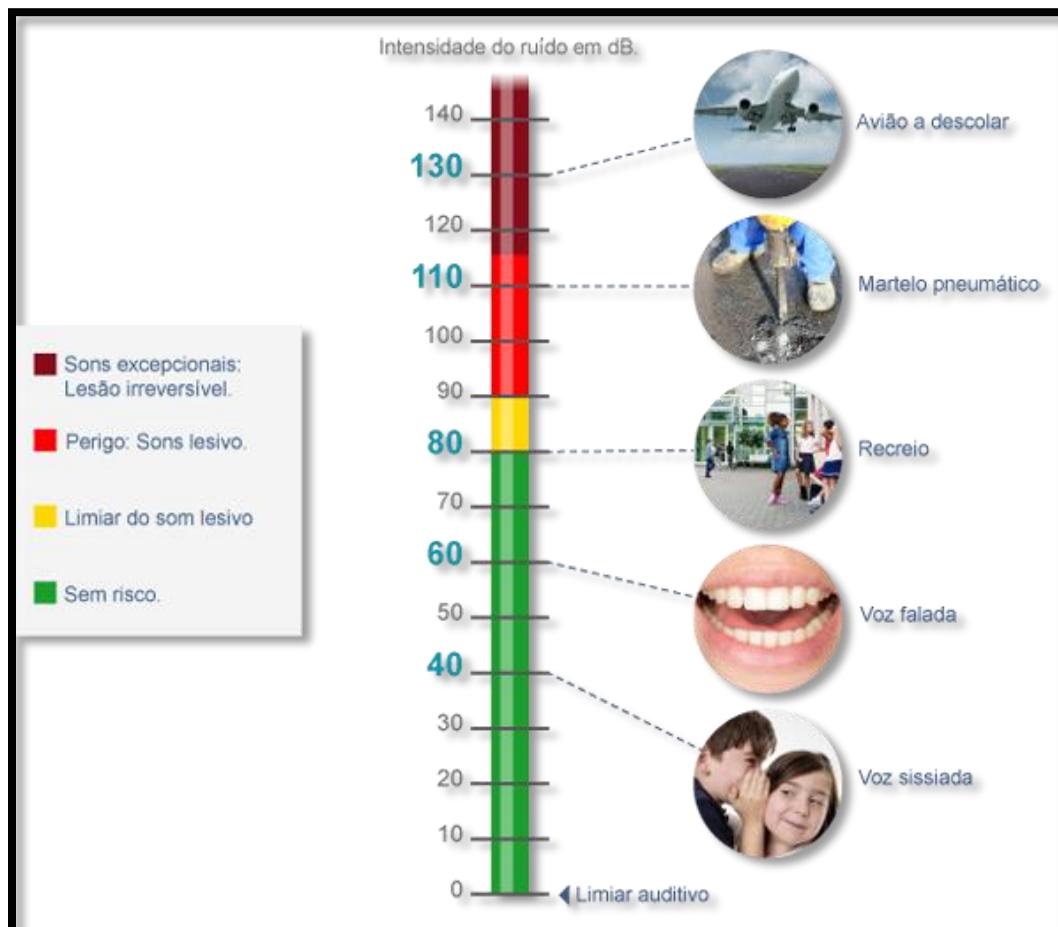
## Medidas

As unidades de medidas de som são compostas pelos decibéis e hertz, entender como cada uma funciona é essencial para a melhoria do som.

**Decibel** – É a unidade de altura do som, através dela conseguimos distinguir o quanto um som é agradável ou nocivo para os ouvidos. Na escala de decibel, o menor som audível é de 0 dB, quase silêncio, e um som 5 vezes mais forte alcança a 5 dB.



**Hertz** – É a unidade de medida da frequência do som. A frequência geralmente a oscilações de alguma propriedade, que equivale a quantidade de ciclos por segundos, ou seja, uma onda vibrando a 50 Hz significa que ela oscila 50 vezes por segundo.



Mostre o uso da gestalt na publicidade, observe um logo de uma empresa, e aponte quais as leis de gestalt aplicadas.

**TEMA 06 ROTEIRO****Introdução**

É comum entender que o roteiro conta uma história, pois é uma história contada em imagens, diálogos e descrições. Partindo desse ponto, o que todas as histórias têm em comum? Um início, um meio e um fim, ainda que nem sempre nessa ordem. Ter uma idéia é o princípio de qualquer roteiro, não chega ser uma etapa obrigatória, mas é o início do processo. A criatividade do autor se faz necessária nesse ponto, mas não pode depender do surgimento espontâneo de uma idéia, senão a produção seria limitada e perderia muito tempo esperando uma grande idéia chegar. O roteiro deve listar todos os elementos (vídeo, áudio, ações, diálogo e comportamento). Ele deve se dividir em cenas e conter as indicações de ações e diálogos. Existem diversas formas de fazer um roteiro, não existem uma regra absoluta para saber qual usar, é recomendável conhecer as necessidades que o projeto possui para entender melhor e aplicar a melhor forma na hora de roteirizar o video. Nesse tema será apresentada a forma mais genérica de roteiro, possibilitando você a adaptar seu roteiro para qualquer projeto audiovisual, seja ele uma simples gameplay(alguém jogando algum jogo) até mesmo para um video explainer(video explicativo de algum produto ou serviço). Essa estrutura de roteiro tem os seguintes passos: apresentação, gancho, introdução, conteúdo, chamada para ação(call to action) e encerramento.

**Apresentação**

De maneira literal, essa etapa é exatamente como o nome sugere, no primeiro momento fazemos a apresentação do cliente, seja qual for, é uma etapa de contextualização. Nessa etapa é apresentada a empresa ou produto em questão, sempre mostrando de forma clara, a estrutura

do produto em questão. Nessa etapa que ocorre o processo de despertar a curiosidade da audiência, pois são nos primeiros segundos de video irá definir se o telespectador vai continuar assistindo ou não o seu vídeo.

### Gancho

Essa etapa da criação do roteiro é apresentada a problemática, as necessidades que precisam ser supridas do público-alvo, as dores da sociedade. São mostrados os problemas para a autoidentificação da audiência, ou seja, é mostrado os problemas para os telespectadores se identifiquem com esses problemas, e contrate a empresa ou compre o produto para resolve-los. Um academia por exemplo, na criação de um roteiro para um projeto audiovisual, é importante apontar a problemática que a academia resolve. Problemas de saúde, sedentarismo, autoestima entre outros aspectos pode ser trabalhado para ajudar a audiência se identificar com esses problemas e procurar a academia para resolver. Essa etapa pode acontecer de várias formas, o importante é ter a idéia bem concreta para na criação do material não deixe dúvidas ou provoque confusão nos telespectadores.

### Introdução

A introdução é a etapa que inicia a falar sobre o que é feito para resolver esses problemas apresentados no gancho. Usando o mesmo exemplo da academia, é apresentada as modalidades que ajudam o combate ao sedentarismo, que diminuem os problemas de saúde, a estrutura que a academia disponibiliza aos seus alunos. Nesse ponto da produção do roteiro deve ser bem claro e objetivo, não se preocupando em apenas carregar o video de informações, mas se preocupar com as informações relevantes e pertinentes aos problemas apresentados anteriormente.

### Conteúdo

É nessa parte do roteiro que são mostrados os serviços oferecidos para despertar o desejo de compra. É no conteúdo que é apresentado o tipo de serviço/produto prestado, a forma no qual ele resolve a problemática apresentada antes. É mostrado detalhadamente como funciona e os benefícios na aquisição de tal produto. No exemplo da academia, é apresentada as aulas que ela leciona, dança, salão, modalidades de artes marciais, modalidades aeróbicas, entre outras.

### Chamada para ação (Call to Action)

É nessa etapa do roteiro que definimos a forma em que o cliente vai interagir com a empresa, de qual modo ele pode entrar em contato. É literalmente uma chamada para ação, é o momento que convida o telespectador a fazer algo, pode ser baixar um material, se inscrever em um canal, inscrição para um treinamento, aproveitar uma promoção. No exemplo da academia podemos usar como chamada de ação também a primeira aula grátis, incentivando assim o aluno a assistir a aula e experimentar o serviço oferecido. Por isso na chamada de ação deve-se atentar para

alguns detalhes:

- Qual o objetivo da chamada de ação
- Ter bem definido o público-alvo
- Mostre valor ao serviço oferecido
- Seja objetivo
- Passe a idéia de urgência
- Crie contrastes visual

### **Encerramento**

É no encerramento que mostramos como um todo a empresa/produto em questão, pode ser feito de várias formas: apresentação de imagens, um slogan, um logo reveal(animação com logo da empresa). É importante deixar claro que é o encerramento para a audiência, para não criar expectativas e quebrar o clima com o final inesperado.

A maneira natural de narrar histórias ocorre de forma processual, pois os conflitos nela apresentados movem-se em direção de uma possível conclusão que também pode ser chamado de *desfecho* como se ocorressem numa perspectiva real/fictícia de desenvolvimento. O roteiro é uma das peças fundamentais para uma boa produção audiovisual, é através dele que construímos relação com a audiência, trazendo a atenção do público e despertando emoções e sensações.

### **Narrativa**

Dentro da linha teórica cinematográfica do neoformalismo, existem três grandes modos narrativos que se diferenciam pelo seus recursos, pelos seus tipos de personagens e pela mentalidade encontrada por trás destas formas de narrar. São estes os três modos: clássico, moderno e contemporâneo.

#### **Narrativa clássica**

É o modo mais usado no cinema, pois trata-se do exemplo clássico com um único protagonista que vai evoluir ao longo do filme, como maior referência desse estilo temos a “*Jornada do Herói*”. O telespectador concentra-se em construir uma estória, não em perguntar por que a narração a representa em um modo particular. Através da manipulação de tempo e espaço, a narrativa clássica faz do mundo fantasioso uma construção internamente consistente. A narrativa clássica dispõe de diversas estruturas, a mais conhecida é a estrutura em quatro atos, identificada pela historiadora do cinema Kristin Thompson. Thompson conclui que a maioria se divide em quatro segmentos narrativos, separados por reviravoltas. As reviravoltas estão ligadas às metas, podendo ser:

- Quando as metas tomam corpo e são articuladas pelo protagonista;

- Quanto a meta é atingida e é substituída por outra;
- Quando se mudam as táticas para atingir uma meta;
- Quando surge uma nova premissa que conferirá ao protagonista uma nova meta.

A apresentação é estabelecida pela situação inicial e as metas do protagonista, muita das vezes criando circunstâncias que propiciarão posteriormente a formulação de metas. Feito isso a chamada para ação é feita, e em alguns casos serve como contra exposição e redefine as circunstâncias e metas. Estabelecidos as metas, o protagonista tenta atingir seu objetivo e luta contra obstáculos que antecedem o clímax(desfecho). E por fim a resolução onde as linhas de ação direcionam-se claramente à resolução final, e a questão principal é, se os protagonistas obterão o seu objetivo.

### Narrativa moderna

A narrativa moderna apresenta conceitos diferentes da clássica, onde os filmes contam histórias diferentes, que não se relacionam no tempo e espaço, ou então mais de um protagonista, onde o tempo de tela é dividido entre os personagens. Na narrativa moderna existe uma variada opção de personagens, como figuras esquecidas ou marginalizadas ganham espaço. Também não existe, necessariamente um final fechado ou uma mensagem a ser transmitida, tudo isso fica por conta da interpretação do telespectador.

### Técnicas de criação de roteiro

Para cada segmento, existem um tipo de roteiro a ser seguido. Um roteiro cinematográfico por exemplo, não tem a mesma estrutura que um roteiro de novela, ou série. Da mesma forma um roteiro para um vídeo em rede social, não pode ser assemelhado com um roteiro de um documentário. Sendo assim as técnicas de roteiro variam de acordo com os objetivos a serem alcançados. Porém entre todas as técnicas, alguns conceitos são necessários para a construção de um bom roteiro, são eles: texto, personagem e imagem.

### Construção Textual

A construção textual é representada pela idéia iniciada na sua mente, sobre um tema, a respeito que seja do seu interesse. É feito o desenvolvimento dessa idéia, começando por contar a história, escrevendo todos os elementos que a compõem, seguindo os passos base da construção textual:

- |              |                  |
|--------------|------------------|
| 1. Idéia     | 4. Argumento     |
| 2. Storyline | 5. Escaleta      |
| 3. Sinopse   | 6. Roteiro final |

**Idéia** – Nesse processo inicial é importante deixar claro a idéia inicial, colocando tudo no papel, ou em alguma ferramenta de roteiro, onde através dessa idéia inicial possa amadurecer e

começar a criar forma o seu roteiro. De onde se pode vir uma idéia? As idéias podem variar como:

- Um sonho;
- Uma memória;
- História de outras pessoas;
- Filmes;
- Literatura;
- Teatro;
- Música;
- Fotografia;
- Artes Plásticas;
- Escultura e outros tipos de Artes;
- Notícias;
- Pesquisas históricas;
- Atualidades etc.

**Storyline** – A storyline nada mais é que o desenvolvimento da idéia inicial, onde resumidamente no máximo de três linhas, é descrito tudo que será apresentado pelo roteiro, sobre quem irá falar, qual ambiente irá acontecer a história e como irá se desenvolver.

**Sinopse** – No processo de roteirização a sinopse é escrita com início, meio e fim. É na etapa da sinopse que definimos como nossa história terminará. A sinopse é um texto em torno de 15 a 20 linhas com apresentação, desenvolvimento e conclusão.

**Argumento** – O argumento é a história contada detalhadamente de forma narrativa, sem diálogos. É construído em forma de prosa(parágrafos e discurso direto), no tempo presente e mantendo a estrutura de atos: começo, meio e fim. O argumento varia de acordo com a história e os autores, no caso de iniciantes é recomendado em torno de três a cinco páginas. Uma dica muito valiosa é fazer a leitura do argumento em voz alta para outras pessoas, e pedirem para contarem o que entenderam da sua história, assim pode perceber os detalhes em que precisa corrigir, e os pontos no qual deseja destacar.

**Escaleta** – A escaleta é o argumento mapeado em forma de cenas. É na escaleta em que são divididas as cenas do seu filme, deixando descrito o que acontece em cada cena, usando como direção o argumento. Também conhecida como estrutura do roteiro, na escaleta deve ser descrito tipo de ambiente que se trata a cena, o tempo de duração, os personagens que irão aparecer em cena, tudo isso é descrito de maneira visual. A escaleta não tem um formato padrão, mas é interessante sempre incluir um cabeçalho e uma breve descrição das cenas para não se perder.

O detalhamento pode ser complexo ou de forma que funcione como uma ferramenta de trabalho, auxiliando durante toda a escrita. De modo geral, quando uma cena entra, quando termina, qual o contexto e acontecimento que se conectam durante a trama.

**Roteiro final** – É no roteiro final que descrevemos os diálogos. Usando como base as cenas, separadas na escaleta, a criação de diálogos no primeiro momento é livre e criativa, deixa-se

seguir uma linha imaginária de assuntos que podem criar a conexão dos personagens. Só então é feita a revisão para avaliar o que pode ser descartado ou melhorado nos diálogos, bem como se irá acontecer algum diálogo em algumas cenas ou não. São tratados todos os diálogos presentes no filme nessa etapa do roteiro.

### **Construção do personagem**

No processo de criação de um roteiro, existem alguns pontos importantes de se observar sobre os personagens. A questão de introduzir o nome de personagens de forma orgânica e que não soe falso é um desses pontos. Quando se trata de apresentar nomes de personagens, é bom lembrar as palavras de um dos roteiristas mais famosos de Hollywood Craig Mazin “ É muito irritante, eu odeio isso, é uma das partes que menos gosto do roteiro porque sempre parece artificial”. Por isso devemos levar em conta alguns pontos para facilitar o processo de construção de personagens.

**Escrever uma conversa com mais de duas pessoas conversando** – Quando temos um diálogo com mais de duas pessoas conversando em uma cena, podemos aproveitar para dizer o nome de um personagem no meio da conversa para esclarecer a quem se está dirigindo, isso ajuda a direcionar a atenção do público ao personagem.

**Não basta falar, é necessário mostrar** – Os nomes dos personagens podem aparecer em vários locais, placas de identificação das mesas, porta de escritório, cartão de visitas. Entretanto é importante ter cuidado ao mostrar o nome de um personagem, pois a cena pode parecer forçada, por isso a idéia é usar a criatividade usando o sentido narrativo.

**Apresente os personagens em momentos em que seus nomes são chamados** – Nomes são chamados em vários lugares com serviço público ou privado, usar essas oportunidades para apresentar seu personagem pode ser uma ótima idéia. Mas não basta escrever a cena em um desses lugares apenas para divulgar o nome, não faria sentido. É importante ter cuidado para não passar uma idéia sem sentido e monótona, e isso é bem pior que não revelar o nome do personagem.

**Aproveite o recurso de ligações e mensagens de texto** – Em situações da vida real você liga para alguém novo no telefone, você precisa se apresentar, ou então quando liga para um amigo que tem seu número salvo no telefone, geralmente ele atende dizendo seu nome. As cenas com telefonemas no roteiro permitem uma grande oportunidade de apresentar o nome de um personagem de maneira natural, e pode ser usado também mensagens de texto recebidas ou enviadas.

**Conversa de dois personagens falando o nome de outro** – Podemos usar uma cena em que

dois personagens falem sobre um terceiro usando seu nome em voz alta, pode ser uma forma alternativa de compartilhar o nome com o público e ainda esclarecer a proximidade entre os personagens.

**Faça uma cena específica sobre o nome diferente de um personagem** – Em alguns casos podemos escolher o nome de personagens de maneira memorável. Deste modo aproveite e construa uma cena que tenha bastante foco na introdução desse personagem, assim deixando fixado na memória do telespectador, de forma que ninguém esqueça seu nome.

**Escolha não mencionar o nome do personagem** – Não é obrigatório sempre mencionar o nome de um personagem, pois muitas vezes os telespectadores nem se importam. Alguns têm dificuldades em lembrar nomes de personagens, mas poder descrever o personagem é uma grande sacada, pois assim é estabelecida uma relação com o personagem, fazendo sua audiência se lembrar dele de outras formas.

Agora que já entendemos melhor como construir nossos personagens, vamos conhecer os tipos de personagens:

**Herói clássico** – É aquele que sofre a transformação ao longo da história, se tornando uma pessoa melhor.

**Herói catalizador** – Ele não sofre grandes alterações internas ao longo da história, continua com a mesma personalidade de quando começou, mas é alterada todas as circunstâncias ao seu redor.

**Anti-herói** – É um fora da lei aos olhos da sociedade, ele é o mocinho(herói) que age fora da lei se for preciso, um anti-herói bem conhecido é o Robin Wood.

**Mentor** – O personagem com características de um conselheiro, sábio.

**Arauto** – Esse personagem tem como característica principal anunciar o grande acontecimento da história.

**Camaleão** – É o personagem que possui a personalidade ambígua, a casos em que nem a audiência consegue discernir se tem boas ou más intenções.

**Pícaro** – O personagem pícaro tem características cômicas, é conhecido por ser engraçado.

**Sombra** – Esse personagem é o vilão, sua principal característica é desafiar o herói colocando obstáculos em sua trajetória.

É importante definir as características dos seus personagens para entender a melhor a forma de construir sua história. Por isso tenha atenção nessa etapa, que naturalmente, irá facilitar os processos seguintes.

Os gêneros cinematográficos tratam da forma utilizada para distinguir os variados tipos de filmes, numa classificação derivada da literatura e é usado como parâmetro útil para a análise do cinema.

## Drama

### Tipo de conteúdo:

- Biográfico
- Tribunal
- Romance de formação
- Político Médico
- Social
- Psicológico
- Histórico
- Jornalístico
- Religioso
- Fantasia

## Ação

### Tipo de conteúdo:

- Esportes
- Guerra
- Desastres naturais
- Assalto
- Viagem
- Aventura

## Comédia

### Tipo de conteúdo:

- Sátira
- Paródia
- Comédia romântica
- Farsa
- Humor negro
- Stand Up

## Suspense

### Tipo de conteúdo:

- Detetive
- Terror
- Máfia
- Horror
- Vingança
- Sobrenatural
- Serial Killer
- Noir

## Imagen

Todos os outros fundamentos que vimos até aqui, construção textual e de personagens, concretizam nesse terceiro fundamento a imagem, à final video é audiovisual, e tudo que foi escrito no roteiro vira imagens, e combinando com os sons, para transmitir uma mensagem com objetivo de impactar de alguma forma. A imagem do seu video segue como base a história que você criou, usando os personagens que você construiu. Boa parte dessas imagens são estabelecidas no processo do roteiro, quando você escreve uma história , na sua mente começa uma construção de imagens imaginando aquela cena, auxiliando a definição de toda

ambientação da sua história. Nesse processo é definido a ambientação e construção da história e dos personagens em formato de imagens, os cenários em que seu video acontece, o tipo de cenas, se é em locais fechados ou locais abertos. Por isso é muito importante quando chegar na construção da imagem, deve estar definido antes o texto e personagem no roteiro.

## DESAFIO

Reúna um grupo de 5 alunos, com orientação do seu professor, e faça um roteiro para um video em homenagem ao Dia das Mães. Escolha um líder para ajudar a organizar esse grupo, onde todos os participantes desenvolvam tarefas complementares, por exemplo um aluno responsável pelo roteiro, outro responsável por escolher a trilha sonora e os efeitos de som, outro para escolher o texto que terá o video e outro responsável pela composição do video. Lembre-se de usar a escalaleta para o roteiro preenchendo todas as etapas.

## TEMA 07 SEMIÓTICA



## Introdução

A semiótica é a ciência que estuda os signos, dentro dos processos da significação na natureza e na cultura. A palavra semiótica vem do grego “semion” que significa signo, a semiologia é o estudo dos signos e, posteriormente, a semiótica significa a ótica dos signos, ou seja, o olhar aos signos. A semiótica transformou em objeto o estudo dos signos e seus significados a serem decodificados e traduzidos. Como por exemplo a palavra “carro” é somente uma palavra que vem representar um carro. Não é um carro. É uma palavra, mesmo acrescentando outras coisas – “carro automático vermelho conversível” – são outros signos que vão permitir uma decodificação mais abrangente, sem ser um carro, sem ser automático, sem ser da cor vermelho e nem ser conversível. São conhecidas como representação das linguísticas, ou seja, o estudo da língua falada ou escrita de um idioma, sendo assim a semiótica assumiu essa linguística, tornando-a uma de suas filiadas, de tal modo que a linguística se tornou uma das vertentes da semiótica.

## Elementos da semiótica

A semiótica é teoria e método que tem por objetivo estudar os signos. O signo é qualquer coisa com capacidade de significar algo para alguém. Uma frase, um objeto, um logotipo, um som, um contexto um aroma etc. Um signo coloca-se no lugar de outra coisa, ou seja, sinaliza outro objeto que não ele mesmo. Deste modo a semiótica se faz muito importante, é a teoria e o método que tem por objetivo estudar a produção dos sentidos humanos.

A base teórica dos estudos de Charles Peirce classifica os signos em tríades:

- Signo, objeto e significado
- Ícone, índice e símbolo
- Primeiridade, secundidade e terceiridade

Falar sobre todas as classificações da semiótica não seria viável nesse curso, pois nosso foco é no audiovisual e sensações que os vídeos podem despertar. Para nossa finalidade, nos aprofundaremos os estudos apenas na classificação que possui **ícone, índice e símbolo** como base.

### Ícone

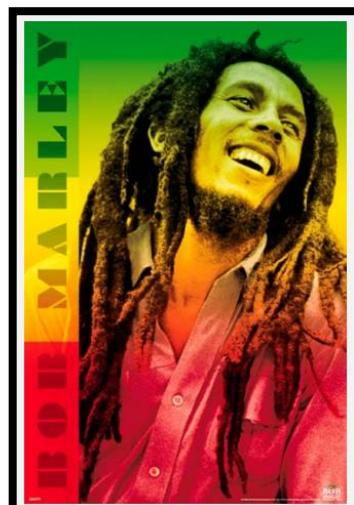
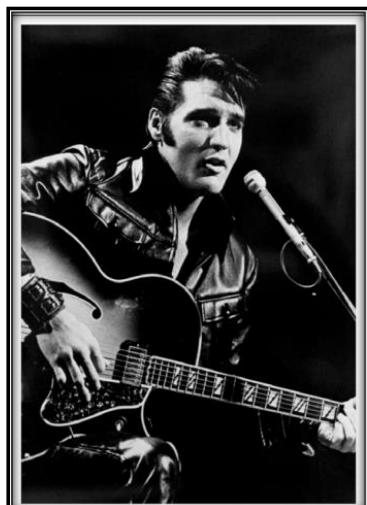
O ícone é um tipo de signo que estabelece uma relação de semelhança com o objeto. Dependendo do contexto de uma bandeira, por exemplo, as figuras tornam-se, pela semelhança com aquilo que se referem, seus objetos. Veja o exemplo abaixo sobre essa imagem de um cartaz de um filme, como é trabalhado a idéia de ícone em relação ao super herói do filme.



### Símbolo

Os signos se comportam como símbolos quando passam a representar algo por uma convenção ou lei. Um pacto “simbólico” que faz algo representar outra coisa.

### Índice



O índice é uma característica do signo, baseada em uma relação de proximidade com o objeto apresentado. Um índice da existência ao signo. A imagem abaixo mostra um exemplo de índice por proximidade da existência de algo.



Em resumo as três classificações abordadas no módulo foram o ícone, índice e o símbolo. Vale lembrar que o signo não precisa necessariamente ser representado apenas por uma classificação. Podem mesclar-se de acordo com o contexto de sua utilização. Assim a semiótica é a prova de que a lógica é uma ciência, e conhecimento de signos se faz extremamente necessário para criar artes e cenas que sejam capazes de informar o que o criador da imagem realmente quer passar, diminuindo o risco de novas interpretações ou mal entendidos.

### **DESAFIO**

Cite um exemplo de cada elemento da semiótica apresentado nesse tema, explique o seu significado.

**TEMA 08 COMEÇANDO O PROJETO AUDIOVISUAL****Introdução**

Ultimamente a produção de vídeos aumentou significativamente, e como consequência, muitas pessoas sofrem com a dúvida de como editar vídeos. Afinal de contas, não basta apenas fazer um vídeo. A produção do vídeo deve ter uma boa edição, com efeitos sonoros, fundo sonoro, cortes e muitas outras coisas. Os iniciantes na área do audiovisual se assustam pelo quão amplo é esse universo, mas ele não é complexo e muito menos impossível de ser explorado. Em várias pesquisas são mostrados dados que a maioria das pessoas preferem assistir a um vídeo do que ler sobre um produto ou serviço. Isso mostra a importância do conteúdo audiovisual e é um ótimo incentivo para quem quer começar na edição de vídeos, visando que os usuários prefiram esse formato, seria ideal entregá-los com boas edições.

Embora não seja complexo a edição de vídeos, não podemos pensar que é só cortar um trecho aqui outro ali, colocar uma música e pronto. Para os vídeos ficarem interessantes, é necessário seguir um checklist para orientar as primeiras ações.

**Processo criativo**

Antes de começar é preciso estruturar alguns pontos importantes. É um erro pensar que já inicia abrindo um software de edição e pronto. O processo de edição é semelhante a uma viagem, você não abre as malas e joga as roupas e as roupas aleatoriamente nela e vai pro aeroporto. Se fizer isso as chances da sua viagem se tornar um caos são bem altas, no processo de edição não é diferente. Devemos seguir alguns passos para garantir uma produção mais rápida e com qualidade.

**Definir o objetivo do vídeo** – Primeiro passo para qualquer produção audiovisual . Ao começar um projeto de edição, é importante o editor saber qual o objetivo do vídeo. O que ele deve fazer?

Qual mensagem deve passar? Qual tipo de sensação que o vídeo deve provocar? É a apresentação de uma marca? Não é aconselhável tentar começar a editar um vídeo sem saber o que você quer com ele, pois por trás de toda produção, há um objetivo. Se faz necessário definir o objetivo para conseguir estabelecer qual será o tom da produção visual, o que ela deve e não deve ter. Quando definimos quais emoções queremos despertar, fica mais simples selecionar os trechos do material bruto do vídeo. Vamos supor que você irá editar um video sobre o lançamento de um novo produto, nesse caso, não é difícil perceber que a intenção do material é causar no público alguma expectativa, ou desejo de compra.

**Definir os elementos do vídeo** – Agora que a primeira etapa está feita, podemos definir os elementos que vão compor o vídeo. Não precisa ser nada definitivo, a idéia é que você tenha o máximo de escolhas disponíveis de acordo com o que foi definido na primeira etapa. Para facilitar esse processo, é importante fazer um brainstorming. O brainstorming é uma palavra de origem inglesa que traduzindo é “tempestade de idéias”. Ela foi criada por Alex Osborn, um publicitário muito bem conceituado, e continua sendo usada até os dias de hoje. O mais importante é saber que o brainstorming pode ser o *up* que está faltando para que o sucesso seja alcançado. Usando o exemplo anterior, o lançamento de um novo produto, podemos reunir alguns elementos:

- ✓ Diversas imagens do novo produto
- ✓ Depoimentos com expectativas de clientes
- ✓ Uma resenha sobre a novidade

**Selecione o material** – Nessa parte do processo é importante já ter definido os elementos e suas estruturas. Lembre-se quanto mais material, melhor para começar a editar o video. A escolha do material é uma etapa que poucos levam a sério, por isso acabam tendo dificuldades na hora da edição. Selecione os trechos que devem ser cortados, os trechos que despertem emoção em você, quais devem ter algum efeito especial, os materiais externos que serão inseridos como músicas, imagens, efeitos sonoros etc. É muito importante prestar atenção se os materiais atendem a requisitos básicos como a qualidade da imagem, som limpo e audível. No universo da edição, existem vários termos básicos que são ideais para que todos saibam, para ajudar a ter um bom manuseio do software de edição.

**Principais termos da edição** – Quando usamos um software para edição pela primeira vez, é muito comum se perder no meio de tantas configurações e painéis, por isso antes de partir para a edição propriamente dita, se faz necessário conhecer alguns dos termos mais conhecidos e usados no universo da edição de vídeos.

**Bitrate** – É a quantidade de informação presente em um arquivo. É usado para mensurar a quantidade de dados que são transmitidos em um determinado espaço ou intervalo de tempo. É importante conhecer as melhores opções para o bitrate, sabendo que ele é diretamente responsável pela qualidade do vídeo.

**Frame e Framerate** – Os frames são quadros por segundos definidos em um vídeo. Geralmente os filmes possuem 24 frames por segundo( 24 FPS), ou seja, são 24 cenas estáticas sendo transmitidas por segundos, provocando a sensação de movimento do vídeo. Algumas animações possuem 12 FPS, 30, as vezes até 60 FPS, semelhante aos jogos de console. Já o framerate é a escala que define a quantidade de frames que terá no vídeo.

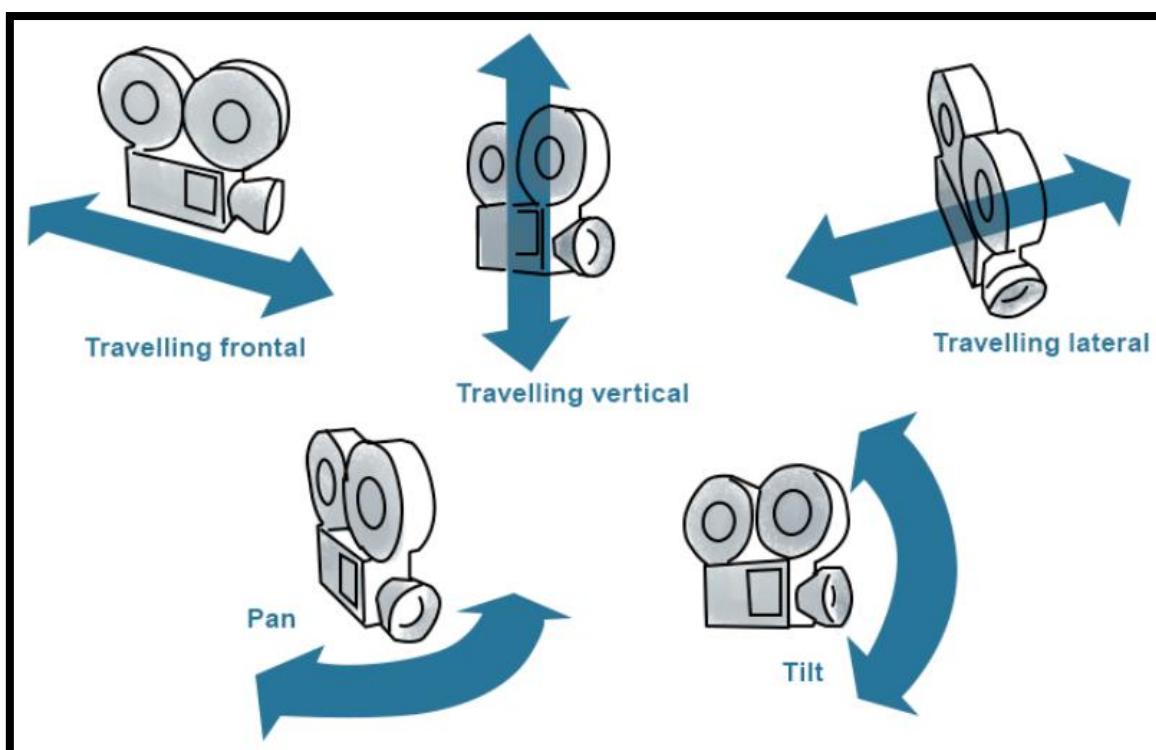
**Campo de visão** – É a imagem que a câmera vê. Também conhecido como o enquadramento.

**Chroma key** – O chroma key é um efeito visual, no qual há a sobreposição de uma imagem sobre outra, isso ocorre através do anulamento de uma cor definida como padrão, que geralmente é a cor verde. É muito usado no cinema e na televisão, onde é possível a imersão em um cenário criado digitalmente, com efeitos e luzes específicas.

**Traveling** – É como chamamos a cena marcada pelo deslocamento da câmera. Movimento em que a câmera efetivamente se desloca no espaço.

- ✓ Traveling lateral é quando a câmera se desloca em paralelo ao objeto em cena, para a direita ou para esquerda.
- ✓ Traveling frontal é quando a câmera avança ou recua em relação ao objeto em cena.
- ✓ Traveling vertical é quando a câmera se desloca para cima ou para baixo, geralmente usando um equipamento chamado “grua”.

**Panorâmica** – São movimentos em que a câmera permanece fixa e faz um giro sobre seu próprio eixo. Existem 2 movimentos de panorâmica. Panorâmica horizontal, também conhecida como “pan”, é o movimento da câmera sobre seu próprio eixo na horizontal, e a panorâmica vertical, também conhecida como “tilt”, é o movimento da câmera sobre seu próprio eixo na vertical.



**Zoom** – É um efeito óptico obtido com a lente, alterando gradualmente o foco de visão de um mesmo plano e ângulo que simula o movimento da câmera. Existem dois tipos de movimentos zoom, o zoom in que é o movimento de aproximação e o zoom out que é o movimento de distanciamento.

**Corte** – É a transição de uma cena para outra, é a mudança de cenários. Em termos técnicos o corte é a interrupção de uma cena que está sendo captada pela câmera. Os cortes são essenciais para qualquer produção audiovisual. Eles alteram a cena, as vezes dão ênfase em algumas coisas ou mesmo mudam a história. Há vários tipos de cortes, cada tipo tem um nome e sua personalidade própria, e para um editor é essencial conhecê-los:

- **Hard cut** – É o tipo de corte mais básico que existe, é um curto “seco” que vai da cena A para a cena B sem nenhuma transição, muito usado na televisão e em cenas de diálogos.
- **Jump cut** – Seguindo o mesmo princípio básico, o jump cut, porém é um corte na mesma cena, não muda o cenário, ele é como se fosse um “avanço de tempo”. O jump cut é um dos cortes mais populares da internet, muito usado por causa dos vlogs.
- **J cut** – Com o nome bem parecido ao jump cut, esse tipo de corte é muito usado quando precisamos dar dinâmica a cena, esse corte leva esse nome por lembrar a letra “j” na timeline(linha do tempo no software de edição). No j cut o áudio seguinte inicia antes da imagem.
- **L cut** – Ao contrário do j cut, esse corte a imagem inicia antes do áudio. Muito usado em documentários e filmes com foco em narrativas. Com o corte L cut, o espectador ouve o som do corte anterior, mesmo olhando a cena seguinte, muito usado em cenas com diálogos entre dois personagens em cena.
- **Cutaway** – É um corte “seco” que traz à tona o que não havia aparecido em cena antes, muito usado para complementar uma cena principal. Uma sirene, um close no relógio, ou até mesmo no rosto de um personagem, um detalhe que reforça a cena.
- **Match cut** – É um dos cortes mais usado de todos, é muito usado em animações, transições dinâmicas, onde é necessário cortar a cena e definir a cena seguinte em um frame semelhante ao último frame da cena anterior.

**Mixagem** – É o processo que permite as transições de cenas e a adição de efeitos sonoros. A mixagem consiste na organização dos sons na cena, sons ambientais, efeitos sonoros, efeitos de transições, entre outros são definidos na mixagem.

### Preparando o ambiente para gravação

Antes da edição do material, é óbvio que temos que ter o video gravado, e alguns detalhes são importantes para uma boa captação de imagem e som. A iluminação é um dos importantes pontos que devem ser cuidadosamente pensados, e isso reflete também na definição do ângulo de gravação, pois é a posição da câmera que irá definir a quantidade de luz e da imagem. Na

hora de gravar um vídeo, se fez necessário escolher um bom ângulo de filmagem e um ambiente iluminado. Em algumas situações o ambiente não oferece uma boa iluminação, e uma alternativa é usar iluminação artificial, mas de qualquer forma no software de edição será possível corrigir alguns detalhes nas cores e na iluminação, entretanto quanto mais informações visuais contém nosso video, mais será possível as possibilidades de correções na edição sem parecer artificial e acabar com a naturalidade do vídeo. Agora se a luz natural estiver muito alta, isso também pode atrapalhar, deixando o video claro demais, e perca muitas informações visuais, com a luz natural do sol não temos controle da intensidade da luz, podendo deixar em os vídeos “estourado” e branqueando demais a imagem. Vale lembrar que as câmeras além de fazer a captação com a intensidade da luz so sol, elas também captam sua temperatura, a temperatura externa da iluminação do sol e a temperatura da câmera são diferentes, e essa diferença pode causar efeitos que danificam a imagem e aumentar o trabalho na edição. Por isso grande parte das produções escolhem nesses casos o uso da iluminação artificial.

Assim como a iluminação é importante, a captação de áudio é essencial. Pelo áudio será definido o ritmo do vídeo, e em alguns ambientes isso pode ser um problema, por isso deve ser planejado o local onde será gravado o vídeo para evitar ruídos externos ou interferências. Bons microfones são alternativa válidas que podem ajudar a diminuir as possíveis interferências e oferecer a melhor qualidade na captação da voz, ou do som ambiente.

### **Escolher as melhores cenas**

Agora que todo o conteúdo foi gravado, é essencial ver todo o material gravado, para corrigir possíveis erros que, às vezes, passam desapercebidos, como também conferir se a captação de áudio e imagem estão corretos e não tem nenhuma falha. Depois de conferir o material, chegou a hora de escolher o que seu vídeo precisa realmente ter. Ao contrário que muitos pensam, o sucesso dos vídeos é derivado de uma emoção despertada no público, trazendo proximidade e boas sensações, e não propriamente ligada a qualidade técnica e profissional do vídeo. Pensando assim é importante ser ousado na escolha das cenas, apele para que seu vídeo fique incrível, uma boa dica é se colocar no lugar do seu público, tente imaginar o que gostaria de ver e sentir ao assistir o seu vídeo. Assim você pode saber o que está funcionando no seu vídeo, e o que precisa ser retirado ou alterado.

**Organização do projeto no software de edição –** É muito importante saber se organizar dentro do software de edição, pois um processo produtivo e eficaz, começa com uma boa organização. Comece criando pastas para separar os arquivos do projeto, como:

- **Pasta para áudios**
- **Pasta para vídeos**
- **Pasta para o projeto**
- **Pasta de materiais extras**

**Importar os arquivos para o software de edição –** Após organizar as pastas que vão receber

os arquivos , chegou a hora de importar esse arquivos para dentro do software de edição. Esse processo é bem semelhante em qualquer software de edição, para nossos projetos vamos utilizar o Hitfilm Express, um software de edição de vídeos gratuito.

**Sonorização do vídeo –** É certo que 50% de um vídeo é composto pelo som, e a escolha dos sons é ainda pouco comprehensível para alguns. O som é responsável por dar voz as imagens, e a partir dele que as sensações e emoções possíveis com a experiencia audiovisual se tornam mais vivas. Na internet existem várias bibliotecas com trilhas sonoras e efeitos sonoros livres, ou seja, que podem ser usados sem direitos autorais.

### Gravando um vídeo com smartphone

Com o aumento de smartphones no mercado, ficou cada vez mais fácil escolher um com uma boa qualidade de câmera para fotos e vídeos. Mas se engane quem pensa em fazer uma produção audiovisual precisa de um smartphone dos mais caros, com muita qualidade na câmera.Com alguns ajustes e técnicas de edição é possível criar ótimas produções audiovisuais com seu smartphone. Uma produção de grande sucesso não tem apenas um fator, são vários micro fatores que compõem como um todo a produção. Então pelo fato de a qualidade do equipamento ser um detalhe que muitas das vezes passa desapercebido, pois o vídeo chama mais atenção no seu conteúdo e mensagem mostrada, do que permite o espectador focar em detalhes de qualidade visual. Alguns detalhes são ignorados para quem está começando no audiovisual, principalmente as pessoas que usam o celular para gravações, a limpeza da lente da câmera por exemplo, é um importante detalhe que muitas pessoas sequer lembram na hora de tirar uma foto ou gravar um vídeo. Outro detalhe também é lembrar que atualmente as câmeras traseira do smartphone são de qualidade superior em comparado com a câmera frontal, por isso é melhor optar pela câmera traseira, caso o objetivo do vídeo não exija o vídeo em selfie. Não podemos esquecer do áudio, e entender qual o ambiente a ser gravado e a limitação de qualidade do microfone do seu smartphone, são fatores que influenciam muito na qualidade final. A final de contas uma boa imagem, mas um áudio de má qualidade acaba atrapalhando a transmissão da mensagem a ser passada, e não permitindo alcançar o objetivo do vídeo.

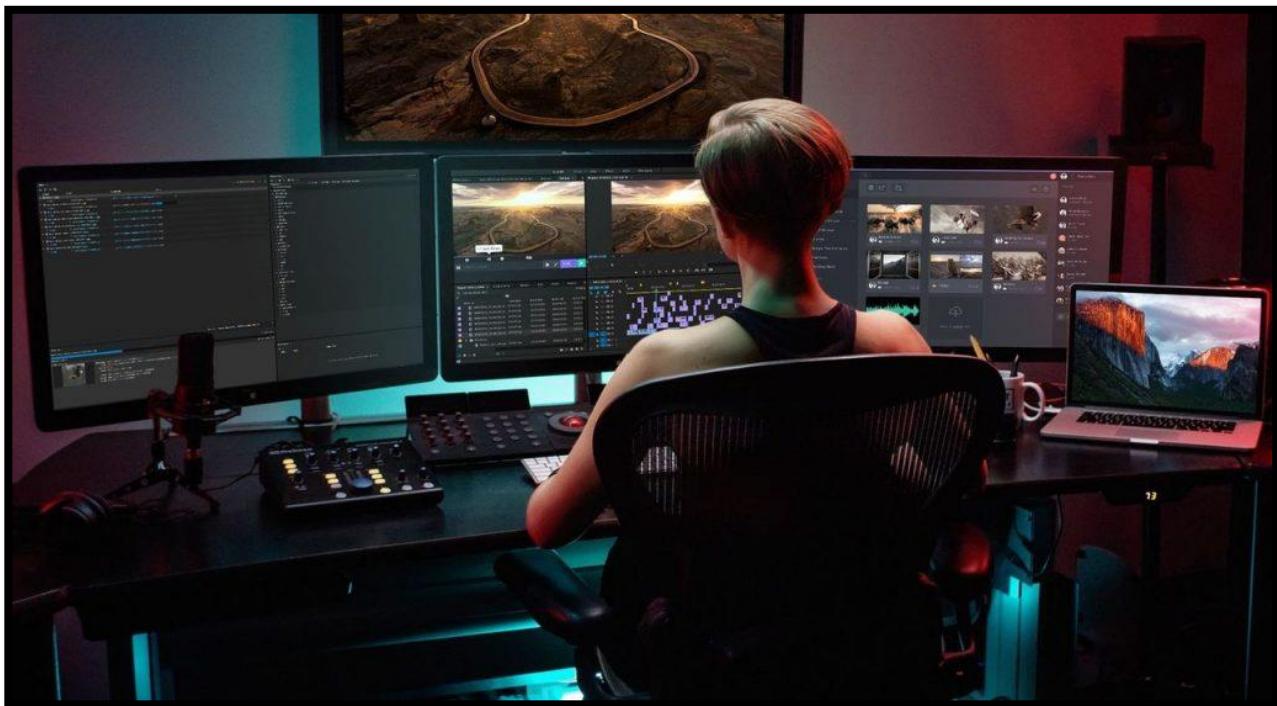


### DESAFIO

Assista um filme de sua preferência, e identifique os diferentes tipos de cortes e transições e aponte os mais usados.



## TEMA 09 SOFTWARE DE EDIÇÃO



### Introdução

Os softwares de edição são, muitas das vezes, os responsáveis pela qualidade da produção audiovisual. Há vários softwares de edição no mercado, gratuitos e pagos, mas uma pergunta que geralmente são feitas pelos iniciantes, qual melhor software para edição? Na verdade, a diferença de um software para outro são as ferramentas que são disponibilizadas em softwares mais avançados, mas usando as técnicas de uma boa composição, enquadramento, iluminação e qualidade de áudio, não se faz obrigatório o uso de softwares profissionais pagos, muito pelo contrário, conseguimos ótimos resultados usando editores gratuitos. É importante conhecer os principais editores de vídeos disponíveis, vou separar em duas categorias: os pagos e os gratuitos.

### Editores pagos

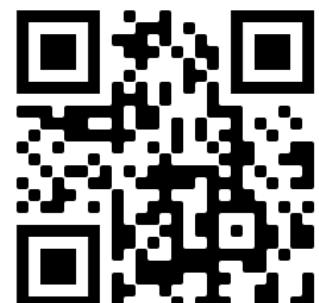
**Adobe Premiere Pro** - Muito utilizado comercialmente, o Premiere é um software de edição de videos profissionais da empresa Adobe. O premiere é compatível nos sistemas Windows e iOS, com outros softwares de animações gráficas, como o After Effects também da Adobe. Os iniciantes podem encontrar algumas dificuldades em editar com esse software, por ser uma ferramenta profissional, tem vários menus e opções, que para um iniciante pode confundir um pouco. Entretanto na internet tem vários vídeos de ajudam a usar o Premiere. Sua licença pode ser comprada com desconto de estudante, no QR code ao lado vai direciona-lo para o site de Adobe.



**Vegas PRO** – Conhecido antes como Sony Vegas, esse editor foi inicialmente desenvolvido para edição de áudio, com o tempo ganhando novas funcionalidades e agregando ferramentas para edição também de vídeos. O Vegas PRO tem um banco próprio com trilhas sonoras e efeitos sonoros de uso livre que podem ser acrescentados nas suas edições. O Vegas PRO também pode ser comprado com o sistema de assinatura, semelhante ao premiere da Adobe.



**Avid Media Composer** – Esse software de edição tem a versão completa, que é paga, e uma versão mais básica gratuita. A versão completa permite que a edição seja feita em conjunto à produção, em tempo real, ou seja, produzindo e editando em compartilhamento em nuvem. É bastante conceituado e utilizado em redes de televisão e empresas de produção de vídeos.

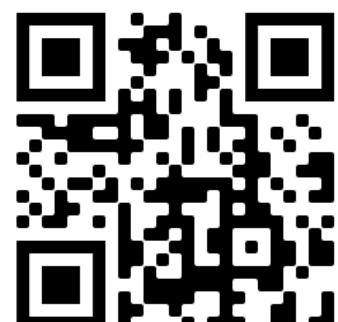


**Filmora Wondershare Video Editor** – É um editor bem fácil de aprender, pois tem menus intuitivos que são fáceis identificar e efeitos predefinidos que auxiliam editores iniciantes. O Filmora é conhecido por ser um editor não pensado diretamente para os videomakers e editores profissionais, mas é possível criar ótimas produções com esse editor. É oferecido em versão pra teste(10 projetos de vídeos), após atingir o número máximo de projetos, é cobrado um valor para a versão paga do Filmora, que varia de acordo com a versão escolhida.



### Editores gratuitos

**Youtube Studio** – O próprio youtube oferece para seus usuários um editor gratuito. Uma questão desse editor é que os vídeos precisam estar no youtube para editá-los. É um editor mais simples, para edições básicas e pequenas correções, mas já atende muitas questões de uma produção de audiovisual iniciante.



**Hitfilm Express** – O Hitfilm é um editor mais profissional, muito semelhante ao Premiere. Entretanto possui ferramentas mais básicas. Porém muito usado para produções audiovisuais pois sua versão gratuita (Hitfilm Express) permite ótima qualidade na edição e variadas ferramentas que permitem inserir nos vídeos animações gráficas. Esse editor é considerado ideal para iniciantes, estudantes de cinema, jogadores, Youtubers ou qualquer criativo sem orçamento.



**Lightworks** – Durante muito tempo esse editor ajudou variados tipos de editores e criadores de vídeo. O lightworks foi lançado em 1989 e desde então tem sido muito usado por produções de Hollywood. A grande vantagem do lightworks é que ele é disponibilizado de forma gratuita e em três plataformas : Windows, Mac e Linux. Não pense só porque é gratuito que ele não tem ferramentas profissionais, esse editor conta com efeitos em tempo real, edição de multi câmera, saída no segundo monitor, capacidade de importar uma variedade de tipos de arquivos entre várias outras.



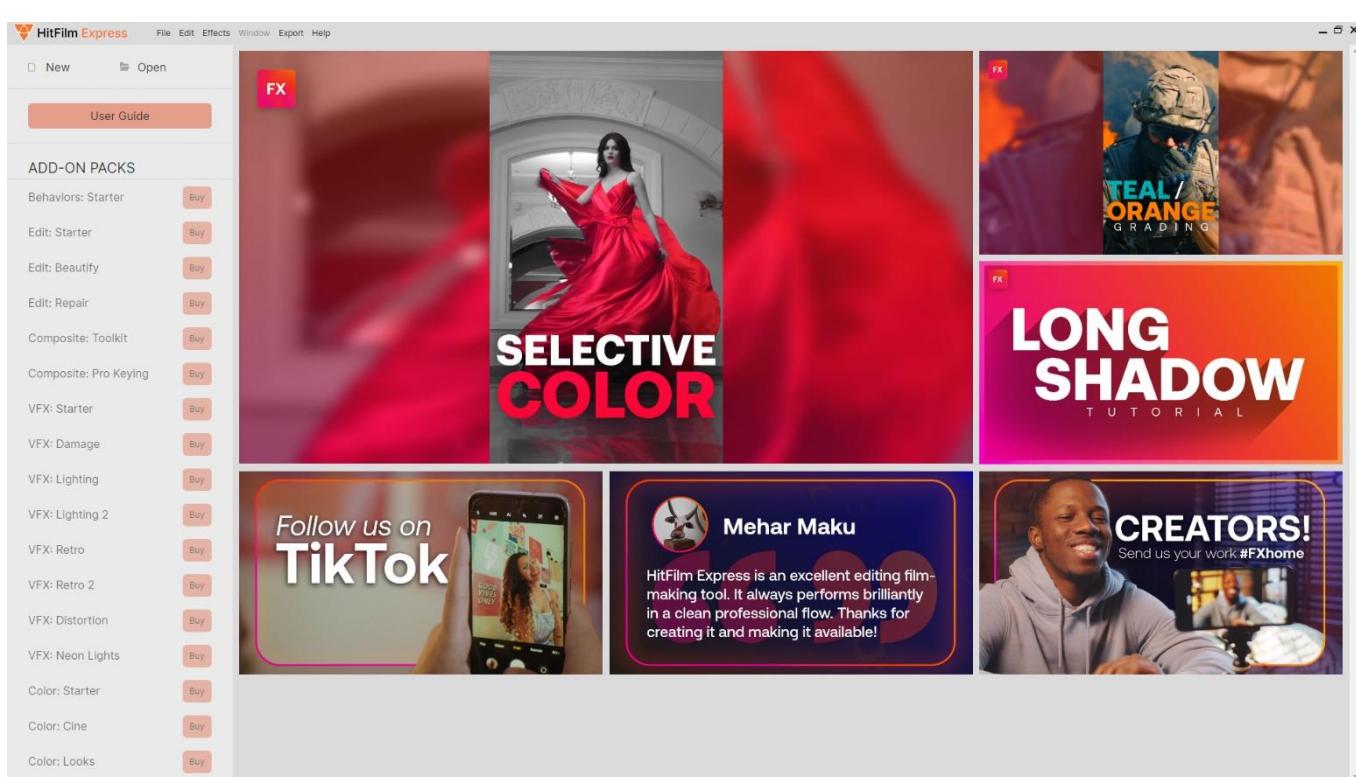
A escolha do software de edição é importante pois ele será sua ferramenta de trabalho para edição, por isso é necessário escolher o software que melhor atende suas necessidades e habilidades. Nessa apostila vamos utilizar o Hitfilm Express, mas as técnicas que serão mostradas aqui podem ser aplicadas em qualquer editor de vídeo básico.

## HITFILM EXPRESS

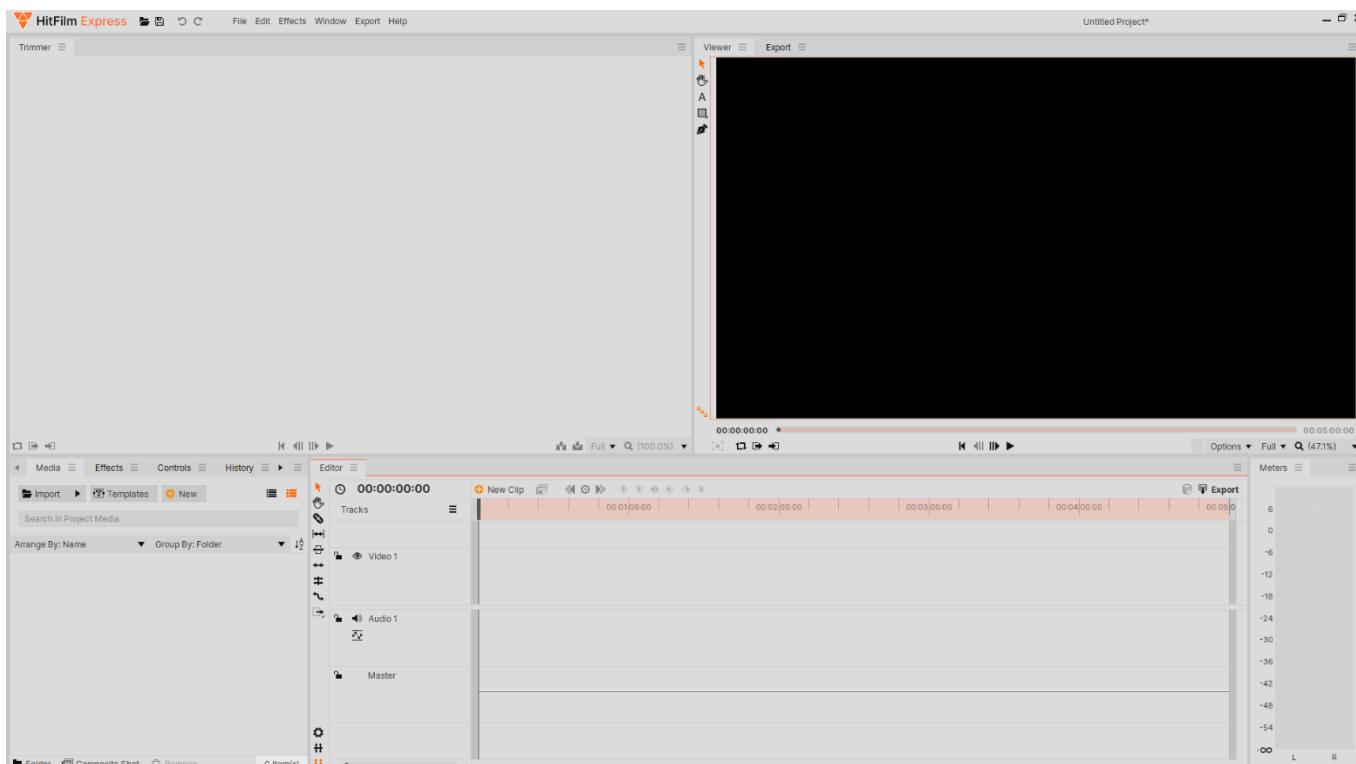
O Hitfilm Express será o editor que vamos utilizar para nossos projetos, por ele ser gratuito, leve e possuir variadas ferramentas de edição e efeitos para uso de forma simples. Para começar a usar o Hitfilm, aponte a câmera do celular para o QR code acima (seção que fala do Hitfilm express), faça o cadastro no site e baixe o software para seu sistema operacional.

### Interface

A interface do Hitfilm é bem intuitiva, permitindo customizações para deixar a workspace (área de trabalho) mais personalizada.



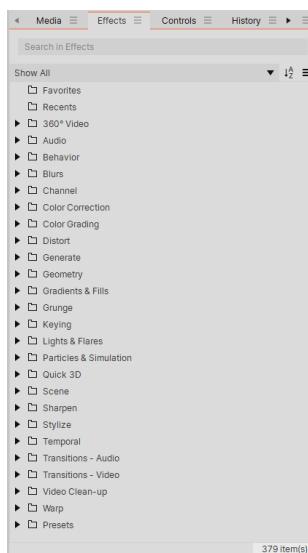
Essa é a tela inicial assim que você abre o Hitfilm Express, na parte esquerda da tela temos os “packs” que podem ser comprados individualmente para acioná-los em seu projeto. Na parte superior temos o menu com as opções de *New* e *Open*. Essas opções são para um novo projeto ou abrir um projeto já iniciado. Nesse caso vamos escolher a opção *New*.



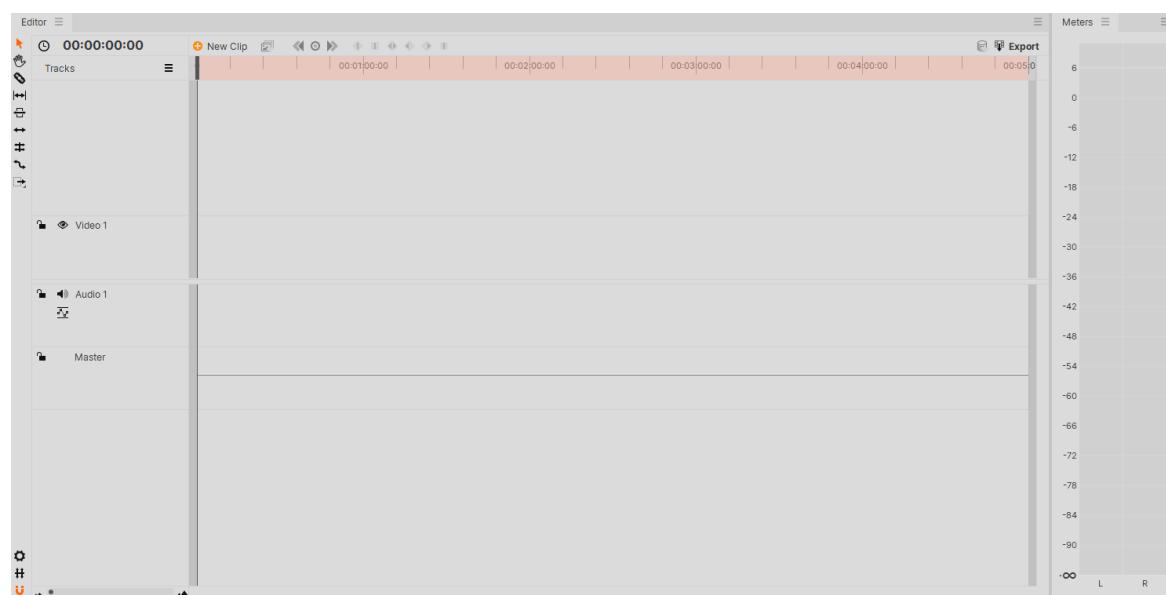
Tela inicial do Hitfilm Express

Essa é a tela inicial do Hitfilm, ela pode ser customizada para melhorar o fluxo de trabalho , não é obrigatório saber todos os painéis , mas é importante conhecer as principais ferramentas para iniciar os projetos de edição no Hitfilm.

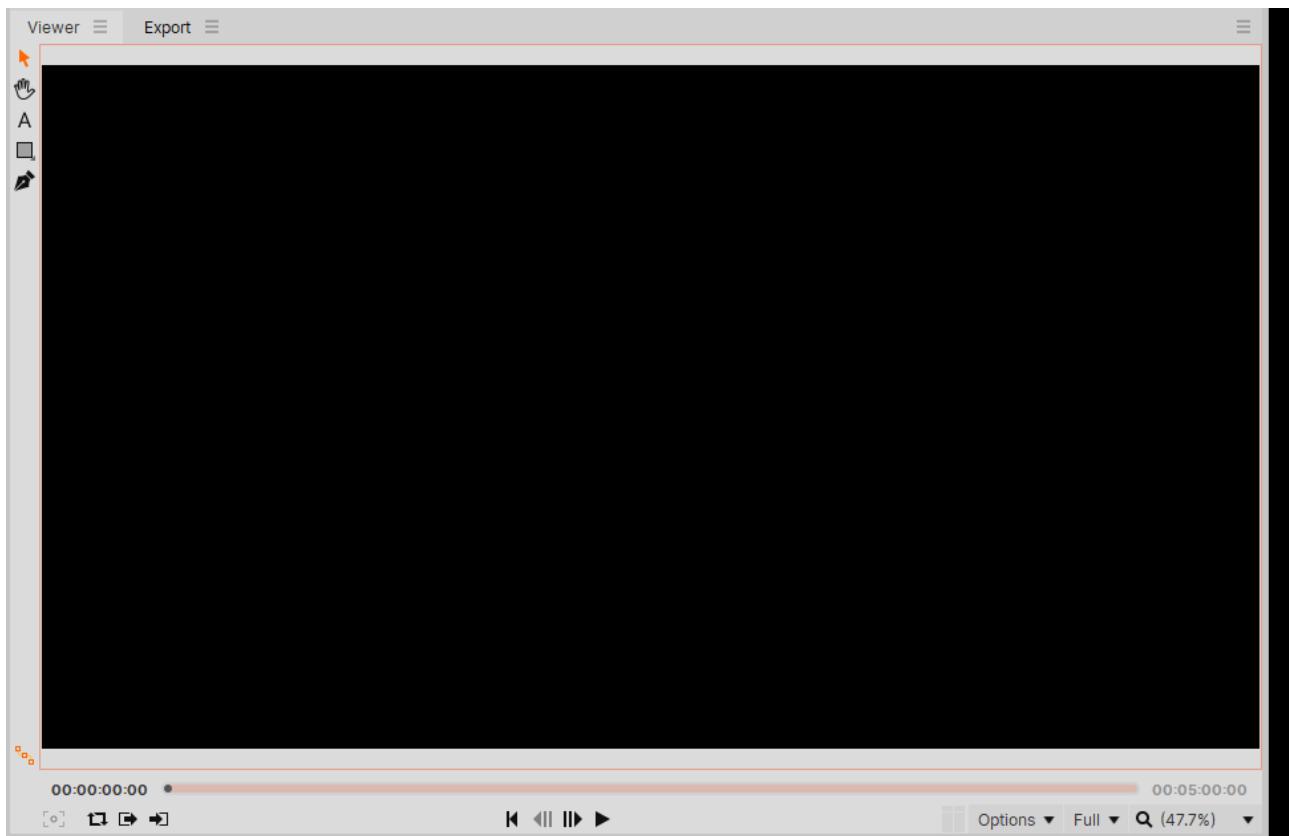
**Barra de ferramentas** – No Hitfilm na barra de ferramentas são disponibilizados os ícones de ferramentas mais utilizadas normalmente. Podemos customizar as ferramentas disponíveis nessa barra, e acrescentar ou excluir ferramentas.



**Painel de efeitos** - O painel de efeitos do Hitfilm é muito completo para um software gratuito. São mais de 400 efeitos e presets(predefinições), onde cada um separadamente alterado, e montado novamente para criar algum efeito novo. É possível combinar efeitos para chegar a um determinado resultado, por isso é importante fazer o mapa visual do software. Testar todos os efeitos para entender como funciona cada um e conseguir combina-los para chegar em um novo resultado.



**Timeline(Linha do tempo)** – É na timeline onde tudo acontece, é a janela que você importa seus vídeos e áudios para a projeto de audiovisual. entre os vários modos de editar (arranjar cenas e modificar e/ou acrescentar efeitos e transições) um vídeo em um microcomputador (edição-não-linear), a timeline permite organizar linearmente o vídeo em busca de sua configuração final.



**Painel de visualização –** É nesse painel que o editor pode visualizar em tempo real os cortes e efeitos aplicados no vídeo, pode ser alterado a resolução do vídeo, escolher o momento do vídeo pelo minutagem entre outras várias funcionalidades.

## DESAFIO

Faça o download de um vídeo de esportes da sua preferência(futebol, vôlei, basquete, corrida...). Assista o vídeo e faça a edição com os melhores momentos aplicando alguns efeitos do Hitfilm.

## TEMA 10 – EQUIPAMENTOS DE PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

# PRODUÇÃO AUDIOVISUAL



## Introdução

De maneira resumida, um vídeo é a soma de várias imagens recortadas e coladas. Entretanto, há algo à mais nessa junção, pois ela é responsável pela forma em que a história é contada. No cinema mundial, a história da montagem dos filmes foi extremamente importante para o desenvolvimento de novas técnicas e assim, alcançando o tão conhecido *status* de grande arte que podemos ver hoje em dia. Um dos fatores mais importantes na produção de vídeos, são os equipamentos, que proporcionam qualidade de áudio e video para sua audiência. Quer seja nas redes sociais, ou em websites, o vídeo definitivamente acabou caindo no gosto popular, e cada dia surgem novidades que ajudam os criadores desse tipo de conteúdo, sendo necessário saber escolher os equipamentos para te ajudar na produção de mídias visuais e alcançar os objetivos do vídeo.

## Equipamentos

A escolha é uma das etapas de maior importância do processo de criação de vídeos, visando oferecer um vídeo de qualidade para a audiência. Seja com um celular , ou uma câmera profissional, o importante é que filme com boa qualidade, de preferência no mínimo em HD (1280X720p), e um microfone externo. Falando em equipamentos de som, o microfone se faz necessário para uma boa qualidade de áudio, por isso , o KIT de produção deve ser elaborado antes da criação do vídeo. Um kit básico de produção audiovisual deve conter:

- ✓ **Mini-softbox ou Ring light (iluminação)**
- ✓ **Microfone de lapela(áudio)**
- ✓ **Câmera ou celular (vídeo)**

O softbox é a luz fundamental usada na fotografia, ao mesmo tempo que ele funciona como uma fonte de luz, também é um modificador de iluminação, pois com ele é possível definir variados efeitos de iluminação. O softbox basicamente consiste em uma lâmpada envolta numa caixa, que é feita com um tecido deixando a luz transparecer suavemente. Em alguns casos o tecido, conhecido como **tecido difusor**, que é posicionado em frente à lâmpada pode ser retirado da softbox, para que apenas utilize a lâmpada ou escolha outro tecido. Abaixo podemos ver alguns exemplos de softbox e mini-softbox:



Ring  
Light  
O ring

light é outra opção para iluminação, é um acessório capaz de trazer mais qualidade às filmagens e videoconferências, sendo um ótimo aliado para criadores de conteúdo e streamers. Alguns fatores devem ser observados antes de adquirir a opção que se encaixe às necessidades de cada um. Entre eles estão a altura, potência de luz e cores. Para entender melhor qual modelo de ring light escolher, vamos conhecer um pouco mais sobre esse acessório tão importante para a criação de vídeos.

### Altura da base

O primeiro fator relevante na escolha de um ring light, com certeza deve ser a altura da base. Isso porque existem dois principais modelos disponíveis: de chão e de mesa. Enquanto o modelo de chão permite a maior mobilidade nos ambientes, sem depender de um apoio e se adaptando à altura do usuário, o modelo de mesa ocupa uma área de espaço menor e podendo ser transportado com maior facilidade. Por isso é importante entender a necessidade para escolher o melhor modelo.

### Tamanho do anel

Outro fator também muito importante é o tamanho do anel onde são dispostas as lâmpadas, pois ele interfere diretamente na iluminação fornecida pelo ring light. O tamanho normalmente é medido em polegadas, que variam entre 3 e 20 polegadas, sendo que quanto maior o número de polegadas, o ring light é capaz de oferecer maior amplitude de iluminação.

### Cor da luz

As cores são peças fundamentais na hora de adquirir o ring light. As cores mais comuns são as brancas, seja elas quentes ou frias e as vezes amareladas. Além das cores base podemos encontrar por modelos com luzes coloridas, com variadas opções de regulagem através de um controle, que permitem diferentes efeitos na fotografia ou filmagem.



### Potência da luz

O que define a intensidade da cor é a potência, e ela é medida em Watts. Está diretamente relacionada ao consumo de energia, por isso é uma boa prática analisar a potência da lâmpada do ring light , antes de adquirir apenas pela cor, por exemplo.

### Suporte

Com esse acessório é possível encaixar o celular ou a câmera no centro do ring light facilitando a captura de vídeos e fotos, além de tornar dispensável o uso do tripé. É muito importante observar o tamanho do encaixe e se ele se adequa à medida do aparelho, tanto verticalmente quanto horizontalmente.



### **Tipo de controle**

Alguns modelos de ring light possuem controles que permitem ajustar a intensidade da luz, cores e temperaturas das cores. Assim, é importante o uso de um controle, alguns modelos sem fio, outros acoplados ao acessório, sendo a primeira opção ideal para maior mobilidade durante o uso, já que podem ser controlados à distância.

**Microfone****de lapela**

O microfone de lapela é um dos modelos mais usados para iniciantes no audiovisual, pelo seu design discreto e qualidade na captação de som, esse acessório se faz presente no dia a dia do criador de conteúdo. O fato do microfone de lapela possuir a conexão P2(a mesma entrada para fone de ouvido) cria diferentes tipos de compatibilidade conseguindo se conectar com uma grande variedade de aparelhos. Os microfones de lapela podem ser com ou sem fio, com design e qualidade semelhantes e sendo usados da mesma forma, pois o objetivo principal é melhorar a qualidade do áudio em gravações. É recomendado o uso apenas para captação de voz em ambientes externos ou com muito barulho, em caso de gravações de podcasts ou streaming é recomendado o microfone de mesa, veja em quais são as melhores situações para o uso dos microfones de lapela:

- ✓ **Entrevistas:** Em entrevistas que acontecem em locais externos, é muito recomendado por oferecer a portabilidade e facilidade do uso.
- ✓ **Podcasts:** Os microfones de lapela são recomendados em podcasts em locais com muito barulho, no transito por exemplo, ou em locais públicos com muitos ruídos externos.

Veja algumas vantagens e desvantagens do microfone de lapela:

### Vantagens

- São portáteis podendo ser levados para qualquer lugar.
- Fácil uso
- Qualidade na captação da voz com alcance ideal para quem fala
- Qualidade de áudio muito satisfatória

### Desvantagens

- Qualidade muito inferior comparada a microfones de mesa
- São muito frágeis, exigindo muito cuidado com o manuseio

Para comprar um microfone de lapela, é bom levar em conta a forma de conexão tendo em vista em qual aparelhos será usado, a durabilidade é outro fator que faz a diferença na qualidade do áudio da pessoa que está usando. Por isso é um dos acessórios que consegue atender bem os iniciantes em criação de conteúdo, vlogs, entrevista entre outros.

## Câmera

**Celular** – Os aparelhos smartphones atuais podem ser usados como câmeras com qualidades de até em 4K, dependendo do aparelho, proporcionando incríveis gravações com qualidade, praticidade e portabilidade para iniciantes em criadores de mídias visuais. Entretanto em sua grande maioria o que faz um vídeo ser realmente bom são as pessoas por trás das câmeras e não as ferramentas que ela usa. Por isso vale lembrar algumas simples dicas para melhorar o desempenho das câmeras dos smartphones:

**Limpe a lente** – Essa dica parece ser simples, mas você pode ficar surpreso com a quantidade de sujeira e gordura que pode ser encontrado na lente, por isso é sempre bom limpar com um pano seco sem nenhum produto abrasivo como álcool e outros produtos.

**Filme na posição horizontal** – É sempre bom lembrar onde vão assistir seu vídeo, pois a gravação na vertical pode parecer bom para assistir em smartphones, mas quando assistimos em outros aparelhos como televisões ou monitores de pcs, não será muito bem aproveitado seu vídeo, ficando duas faixas pretas nas extremidades da tela.

**Apoie as duas mãos** – Para melhorar a estabilidade é bom gravar os vídeos segurando com as duas mãos, claro em vídeos curtos de 30 segundos a 2 minutos, caso seu vídeo for maior que esse tempo é recomendado o uso de um tripé, ou pau de selfie, para evitar problemas nos braços devido a posição ao segurar o smartphone. Embora existirem algumas posições em que não prejudicam tanto assim, os movimentos involuntários são inevitáveis apoiando apenas as mãos, por isso é bom levar em conta a duração do vídeo.

**Câmeras profissionais** – É uma ótima escolha usar uma câmera profissional para vídeos com alta qualidade, e hoje em dia existem algumas câmeras consideradas de entrada que podem melhorar a qualidade da captação de imagem e áudio. As câmeras profissionais são ideais para quem quer investir na carreira de Youtuber, com um pequeno investimento é possível fazer grandes produções com um bom custo-benefício, modelos de entrada das empresas Canon e Sony são opções interessantes para quem busca estabilização na gravação, boa resolução, entre varias outras opções e funções que ajudam na produção de conteúdo. Veja alguns modelos mais usados por Youtubers iniciantes:

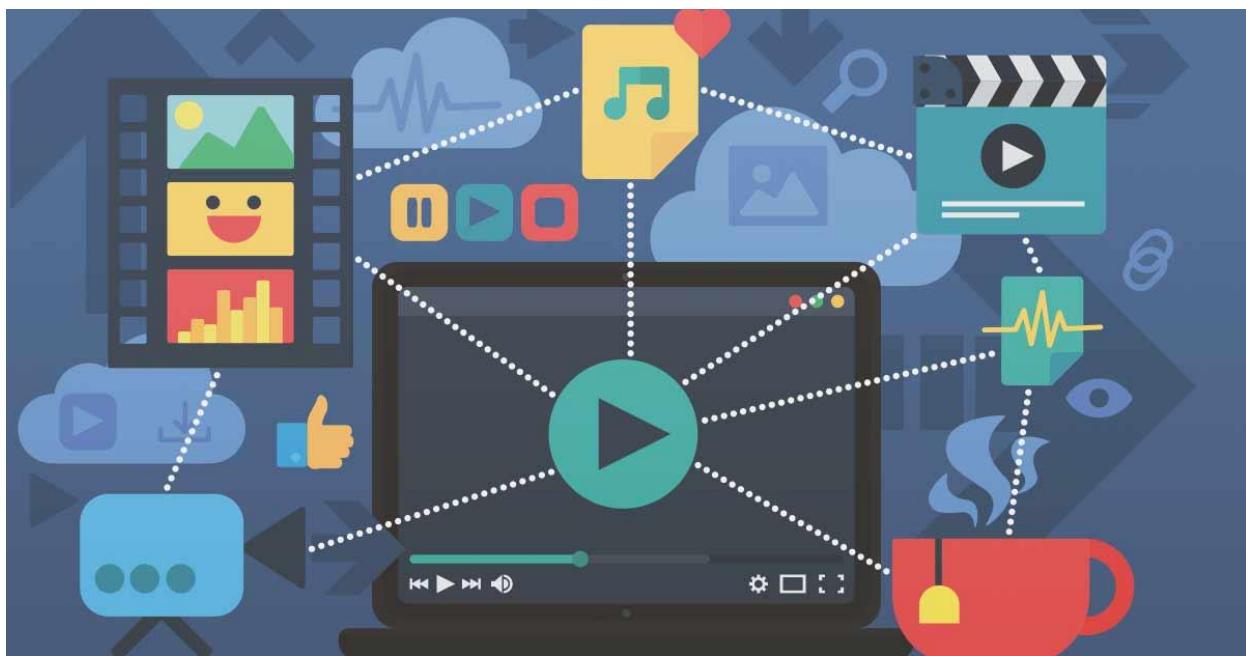
- ✓ **Sony DSC WX350**
- ✓ **Canon PowerShot SX540 HS**

- ✓ Panasonic Lumix DC-FZ80
- ✓ Canon EOS M50 Mirrorless

Seja qual for o equipamento que você irá começar a criar seus vídeos, o importante é sempre lembrar das técnicas de gravações, a preparação do ambiente, um bom microfone e conhecimento em edição que vão realmente fazer a diferença entre um bom vídeo e um vídeo normal.

### **DESAFIO**

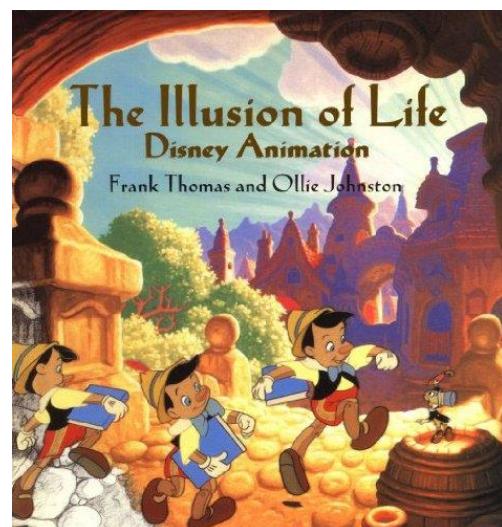
Faça uma pesquisa na internet e monte um kit de produção para um Youtuber com câmera, microfone e iluminação.

**TEMA 11 – MOTION GRAPHICS****Introdução**

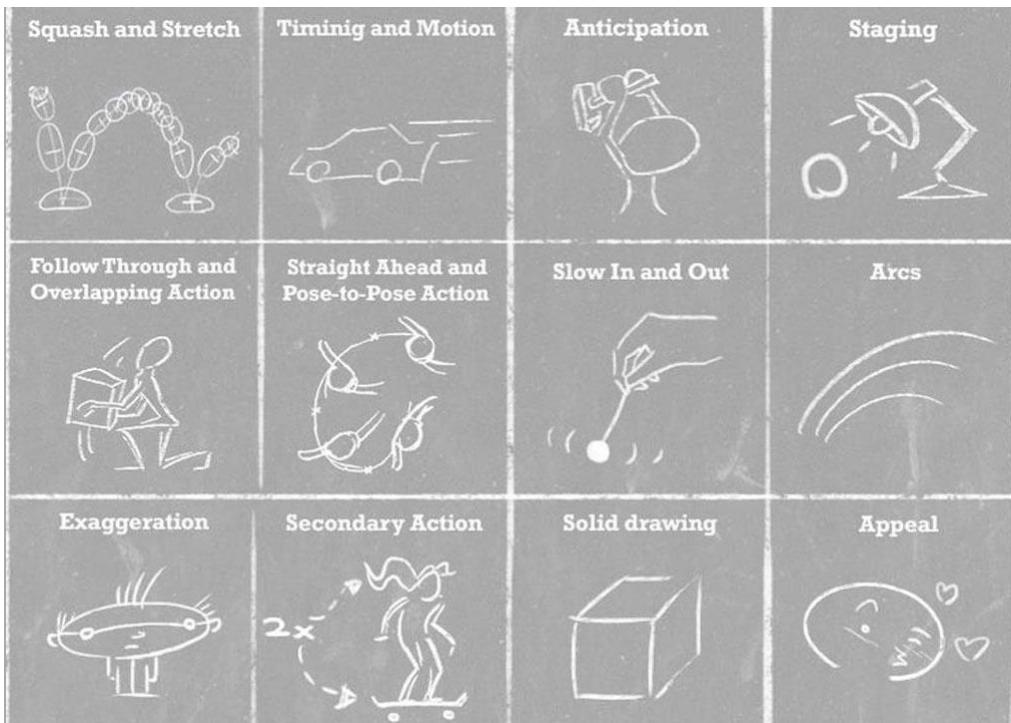
Nos dias de hoje ouvimos muito se falar de Motion Graphics, muito usado em vídeos atualmente é uma das técnicas mais usadas para dar vida e movimento nos vídeos. O nome motion graphics traduzindo literalmente é “movimento de gráfico”, ou seja, são objetos gráficos que usam técnicas de ilusão de movimento. O mundo do motion graphics é muito extenso e amplo, vamos focar em técnicas iniciantes que vão melhorar o movimento dos vídeos e deixando seus vídeos com mais vida. Existem alguns princípios que devem ser observados quando criamos conteúdos de motion graphics, são princípios que deixam as animações de forma mais natural e fluidas ao olhar humano. Com o crescimento na produção de vídeos, o motion vem sendo mais utilizado como ferramenta de impacto em propagandas de produtos, vídeos em plataformas de vídeos como o Youtube por exemplo, permitindo o maior acesso e entendimento do vídeo não exigindo um esforço mental para a leitura. Dentre os variados estilos de motion graphics que podem ser feitos, há alguns mais conhecidos como liquid motion(efeitos de líquido), tipografia cinética(aberturas de séries com palavras), character Animation(animação de personagens) entre outros.

**Princípios de Animação**

Os conceitos de animação que vemos hoje não são novidades, esses conceitos foram criados nos anos 30 pelos estúdios da Walt Disney. Na época a mão de obra para animações era muito escassa e se percebia a dificuldade em contratação de novos profissionais. Pensando nesse problema uma equipe de animadores considerados os melhores animadores da época, conhecidos como “nove anciões” foram os grandes responsáveis por dar vida para as animações tão



conhecidas dos estúdios Disney. Entre esse time dois deles, Frank Thomas e Oliver Jhonson resolveram criar um manual para manter a qualidade dos filmes da Disney em futuras produções. Eles estudaram a física e comportamentos dos objetos animados e assim escrevendo o livro **“The Illusion of Life: Disney Animation”** e nasceram os 12 princípios da animação.



### Squash and Strech (Comprimir e Esticar)

É um princípio baseado em passar a ilusão de peso e volume de um objeto enquanto se movimenta. Os autores do livro notaram que os movimentos formavam pequenos borrões, com isso dando a impressão de que os objetos estão esticando, e até retornarem a sua forma original quando em repouso. Quando um objeto esticar ele fica mais fino, já quando ele se comprimir ele fica mais largo, sempre preservando o volume alterando a forma da massa, podendo ser usado em movimentação de objetos, gestos de personagens e expressões faciais.

### Antecipation (Antecipação)

Toda ação precisa ser antecipada, seja ela física ou psicológica, para não aparecer ter surgido do nada. É preparar a audiência para a principal ação que está a acontecer, visando o principal papel da animação é contar histórias, a antecipação conta a história em cada movimento, criando expectativa na audiência, e que vai se atentar à próxima ação do objeto. Antecipar as ações é importante para convencer e preparar o espectador para o que vem em seguida.

### Staging (Encenação)

Esse princípio se refere ao estudo de como os objetos e personagens interagem em relação à câmera. Em todos os vídeos, a informação principal deve ser clara para audiência, não deixando

dúvidas nas informações mostradas nas cenas.

### **Straight Ahead and Pose to Pose(Animação Direta ou Pose a Pose)**

Existem duas maneiras de construir a animação. Na animação pose a pose é feito o desenho do primeiro ponto e do último ponto, sendo cuidadosamente planejado o início, o meio e o fim da animação, e logo em seguida preenchendo os intervalos entre os extremos. É conhecida como a forma mais controlada de animar, pois permite o total domínio do que ocorre e de qual forma ocorre na animação. Já o método de animação direta não é necessário planejar os extremos, pois o animador desenha os movimentos diretamente um após o outro, sem nenhum planejamento prévio. De forma resumida, o pose a pose traz mais controle e clareza à ação, e o método de animação direta traz mais espontaneidade para a cena.

### **Follow Through and Overlapping (Sobreposição e Continuidade da Ação)**

Nenhum movimento deve ser parado de forma brusca em uma animação, por isso esse princípio diz respeito a personagens ter varias partes separadas que ao parar, todas as partes deveriam continuar movimentando, cada qual em um tempo diferente até tudo parar. Como exemplo, um personagem com uma cauda está correndo e para de repente, todos os membros do corpo não devem parar ao mesmo tempo, deve ter uma diferença nos tempo de parada do corpo, cauda e outros membros. Esse principio segue como base a física o corpo no mundo real, tendo uma continuidade da ação antes da parada completa.

### **Slow in and Slow out (Aceleração e Desaceleração)**

Seguindo como base o princípio anterior, os movimentos não seguem uma velocidade continua. Nenhuma ação deve começar ou parar de repente, tudo precisa ter uma aceleração ou uma desaceleração, isso é alcançado quando os intervalos dos quadros de animação são mais curtos ou mais longos entre si. Intervalos iguais geram uma velocidade constante, já os intervalos longos passam a ideia de aumento de movimento e os intervalos curtos geram desaceleração.

### **Arc (Movimento em arco)**

Tendo como base à natureza, os criadores dos 12 princípios notaram que a maior parte das formas se movimentam em formato de curvas, arqueadas (em forma de um arco), os movimentos passam a sensação de naturalidade. Os movimentos de personagens e objetos são mais reais quando utilizam essas curvas, seja o movimento das pernas ao caminhar, ou um salto de uma bolinha, seja um animal correndo, tudo precisa conter arcos para causar mais naturalidade e fluidez na animação.

### **Secondary Act (Ação secundária)**

Todo movimento vai influenciar diversos outros objetos em cena, a ação secundária é derivada do movimento principal, reforçando a primeira ação e adiciona uma dimensão e realismo. Para conseguir uma ação secundaria mais convincente, é necessário fazer um planejamento prévio

de como a cena será e depois animar por partes, sendo a ação principal animada primeiro e logo após as ações secundárias que podem ser em tempo diferente. É bom lembrar que deve ficar clara para a audiência identificar o movimento primário, que é aquele que comanda a cena, e depois os movimentos secundários a partir da primeira ação.

### **Timing and Spacing (Tempo e Espaço)**

O timing e o spacing é responsável por deixar a animação fluida, captar a atenção do espectador e muitas vezes até surpreende-lo. O timing é o tempo que uma ação leva para ocorrer e o spacing é como essa ação ocorre no tempo preestabelecido. Isso significa que é feito um planejamento de uma ação específica tendo em mente o tempo que possuem para que essa ação ocorra. Por exemplo três personagens podem caminhar com o mesmo timing( ou seja, levam o mesmo tempo para cada passada completa), mas ao alterarmos o spacing de cada um, esses personagens podem apresentar um tipo específico de estado de humor, postura etc.

### **Exaggeration (Exagero)**

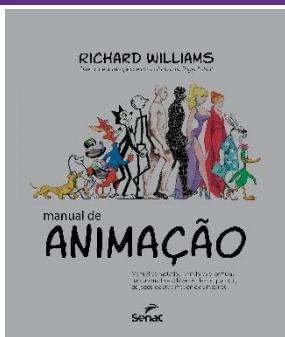
O exagero na animação tem como objetivo deixar claro os movimentos na cena. Serve para uma boa comunicação, onde usam como técnica o exagero de expressões corporais e movimentos desproporcionais, como podemos ver em desenhos animados.

### **Solid Drawing (Desenho Volumétrico)**

O solid drawing se refere à profundidade e perspectiva da imagem respeitando a proporção dos personagens, cenários e outros objetos em cena. Todo objeto ou personagem precisa ser sólido no ambiente em que foi desenhado, essa solidez vem da perspectiva em que foi desenhado, causando a impressão de peso, profundidade e equilíbrio, é diretamente correspondente ao design de personagens e uma forma de fazer bom uso dele é evitar “partes gêmeas” no design.

### **Appel (Apelo)**

O apelo da animação se refere a estética do design, e muita das vezes pode ser atrelado ao carisma do personagens e sentimentos das ações. Todo personagem ou cenário precisa de um design atraente. Isso causa empatia no espectador, que procura com os olhos a silhueta daquele personagem em particular. Objetos e movimentos com traços humanizados auxiliam a criar uma conexão emocional com o espectador, principalmente quando vem de uma história bem contada e um personagem bem construído.



Uma produção de destaque de um conteúdo audiovisual contém a maioria desses 12 princípios da animação. Esses vídeos tem maior desempenho, principalmente em redes sociais, e engajam com o espectador com mais facilidade e assim atingem o objetivo da mídia audiovisual. O livro *Illusion of Life* é originalmente escrito em inglês, mas tem uma versão em português que é o Manual da Animação escrito por Richard Williams (criador do filme *Uma Cilada para Roger Rabbit*).

### Técnicas de Motion Graphics

Dentro do vasto mundo do motion graphics, existem variadas técnicas que podemos usar em diferentes situações. Cada técnica é usada com objetivos diferentes, permitindo o animador escolher a técnica que melhor atende suas necessidades. Vamos conhecer algumas das técnicas mais usadas no motion graphics:

#### Realismo

Essa técnica é uma das formas mais intuitivas no mundo do design, pois se refere a transportar o mundo real em três dimensões para telas de duas dimensões de maneira relativamente fidedigna. Isso significa que esse tipo de técnica se atenta para as sombras, efeitos de iluminação, pontos de fuga e formas que lembram o mundo real, é muito usada justamente para facilitar o entendimento de pessoas com dificuldades em leituras rápidas, como em algumas



outras técnicas.

#### Animação 3D

A técnica de animação 3D é muito conhecida por seu alto grau de fidelidade com a realidade, com sombras, reflexos, iluminação e texturas realistas, e além disso movimentos de câmera que lembram muito as grandes produções de Hollywood. Com essa técnica fica mais fácil o entendimento pois são mostradas imagens muito fieis à realidade, aumentando assim o número de espectadores que assistem esse tipo de conteúdo.

## ANIMAÇÃO 3D



### Flat Design

O flat design é caracterizada pela ausência de efeitos de sombra, luz e profundidade, usando cores sólidas, sem degrades, que valorizam os espaços negativos ou vazios da cenas e usando fontes sem serifas, ou seja, tudo que não é essencial pode ser descartado. Essa técnica é muito usada para mostrar o design com mais clareza, transmitindo a ideia de algo moderno e inovador tendo um baixo custo em comparações a outras técnicas.



### Isométrico

Essa técnica é conhecida por manter as escalas de altura, largura e comprimento do objeto a partir de um eixo específico, isso significa que embora representada em três dimensões o objeto não pode ser visto por qualquer ângulo aleatório, mas sempre estar de frente para um dos eixos. Sendo uma estilo usado em ambiente de Flat Design, mantém as vantagens do estilo, em termos de simplicidade, elegância e custo-benefício.



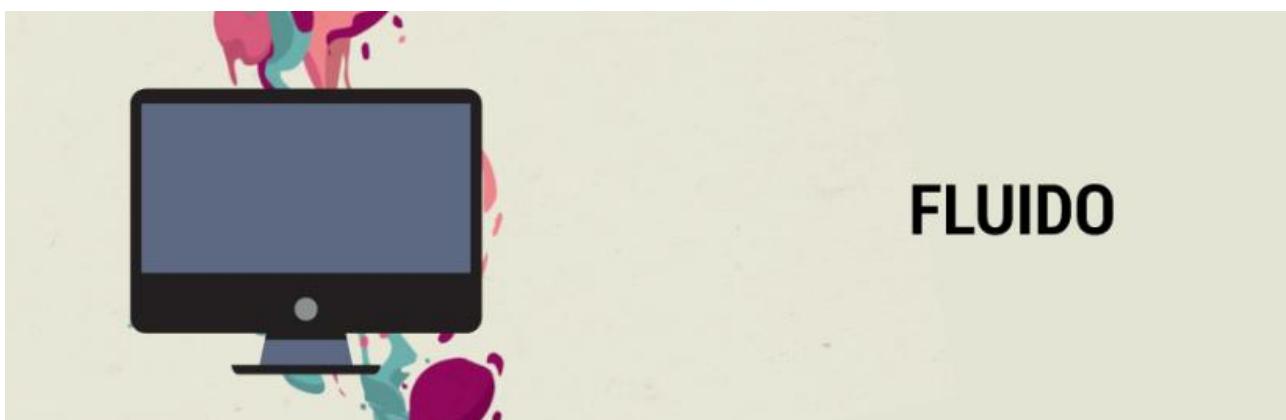
### Minimalismo

Nessa técnica que a tão conhecida frase “menos é mais” pode ser usada. É muito semelhante ao Flat Design, mas com algumas características bem peculiares. Utilizando elementos essenciais, abusando dos espaços vazios e das tipografias grandes e limpas. O minimalismo é muito usado quando o objetivo do vídeo seja as informações transmitidas de maneira mais clara e direta, com facilidade de aplicação e baixo custo.



### Liquid Motion

É um estilo próprio do motion graphics, e consiste em manter um ambiente em Flat Design, ou seja, sem sombras e digital, porém com animações usando movimentos orgânicos, mais precisamente em formatos líquidos. Essa técnica é muito usada para animações de fluidos líquidos, transições de cena, por ser caracterizado pelas formas fluidas e líquidas que o design pode ter. O uso das animações e elementos lembram muito o mundo físico, proporcionando um resultado muito interessante e agregando um maior valor ao vídeo.



### Whiteboard

Essa técnica é muito usada em video aulas simulando a escrita em uma lousa. Assim que o principal objetivo é transmitir ideias, conteúdos ou até mesmo contar histórias com uma narração em conjunto um efeito de um desenho feito em tempo real simulando uma mão escrevendo. Os vídeos com essa técnica são bem característicos tendo muita didática lembrando uma sala de

aula, visualmente prendendo a atenção pois a grande maioria das pessoas gostam de assistir como as imagens vão sendo desenhadas em conjunto com a narração.



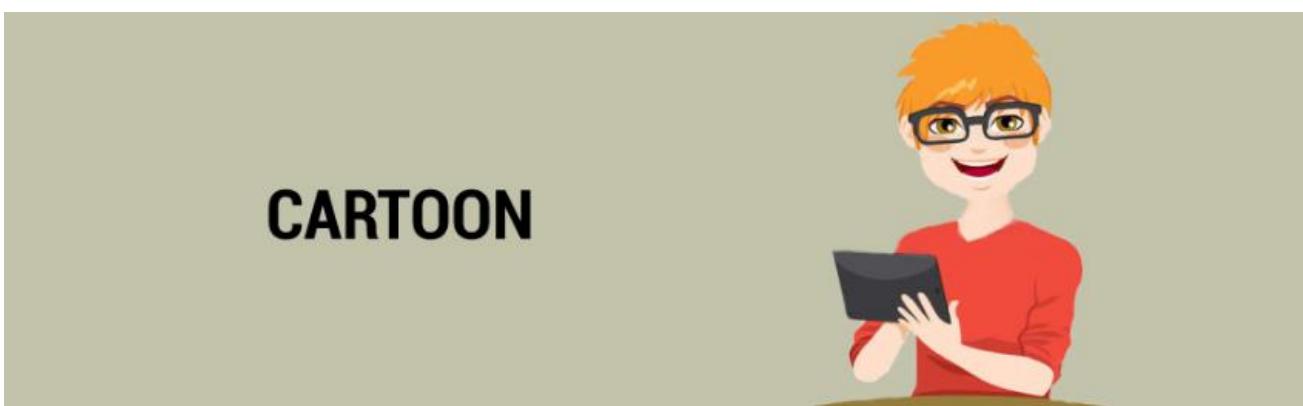
### **Corporativo**

Os vídeos com essa técnica tendem a transmitir mais seriedade e confiança, extremamente importante no mundo corporativo, mantendo um estilo visual simples, o estilo corporativo tende a ter custo e prazo bem atrativos.



### **Cartoon**

O estilo Cartoon tem como intuito ser divertido, quaisquer liberdades podem ser tomadas, sem se preocupar com semelhanças ao mundo real. O modelo é rapidamente identificado com storytelling, usando ao seu favor para obter um determinado objetivo. A possibilidade de usar personagens traz grande vantagem, na medida que poderá falar, explicar uma ideia, expor um conceito e até mesmo fazer rir.

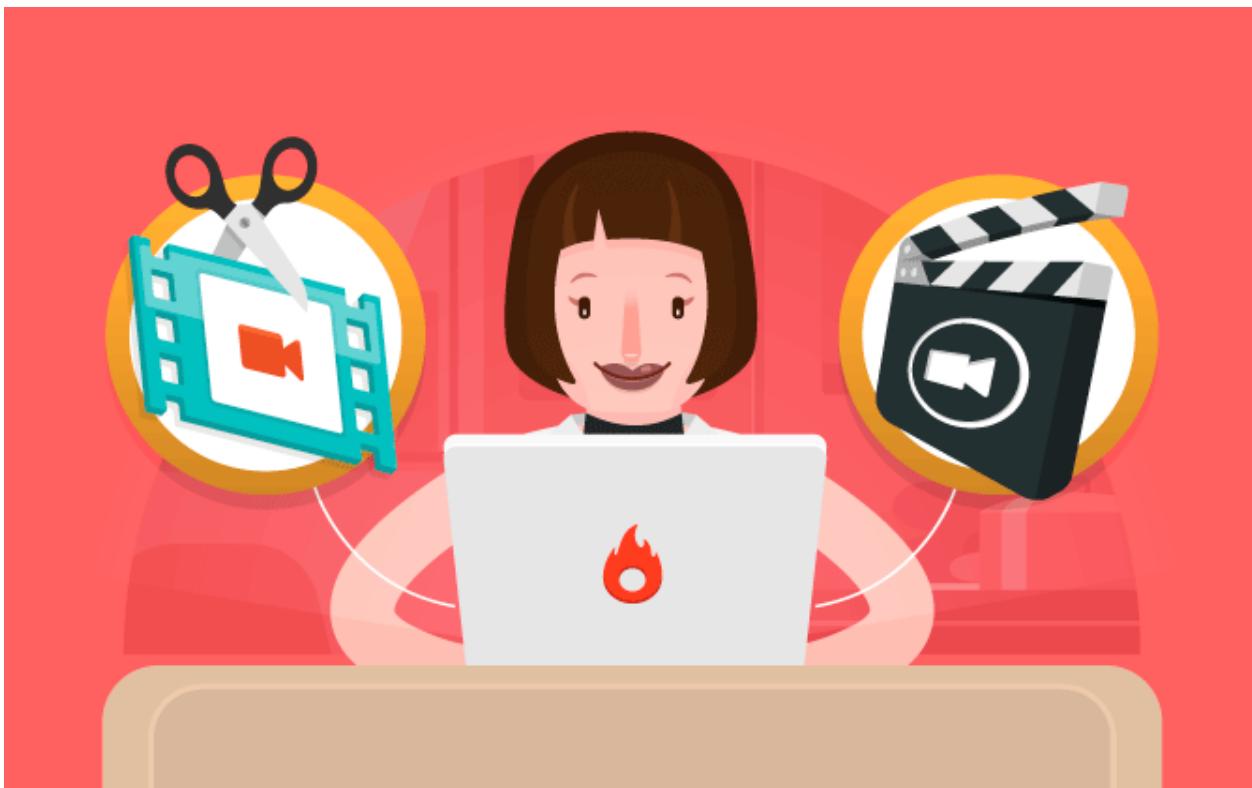


### **DESAFIO**

Assista um vídeo que tenha algumas técnicas de Motion Graphics, e identifique cada uma delas,

---

usando como base os princípios da animação estabelecidos por Frank Thomas e Oliver Jhonson.

**TEMA 12 – EDIÇÃO EM RÍTMO MUSICAL****Introdução**

A edição de vídeo no ritmo da música é uma das técnicas mais conhecidas e usadas no mundo audiovisual. Já viu aqueles vídeos que sincronizam certinho com a batida da música? É extraordinário como eles ficam naturais, harmônicos e prendem a atenção da audiência, não é mesmo? Aprender como editar vídeos no ritmo da música pode ser uma boa opção para produzir vídeos incríveis que realmente vão prender a atenção do seu público.

**Escolhendo a música**

Esse tipo de edição é totalmente guiada pela música. Então a primeira coisa que devemos fazer é escolher uma. Alguns fatores devem ser levados em conta na hora da decisão: a música deve ter ligação com o estilo do vídeo produzido, ou seja, a música deve complementar o vídeo. Outro detalhe é que a música deve ser livre de direitos autorais(principalmente quando o material é feito para o Youtube, pois caso contrário pode perder monetização e até ser processado). Existem diversas bibliotecas de músicas gratuitas e livres na internet, e muita das vezes essas bibliotecas oferecem um tipo de assinatura mensal ou anual oferecendo uma maior variedade de músicas. Para não ter surpresa de ter o conteúdo bloqueado, removido ou a conta comprometida devido a problemas com uso de músicas no vídeo é importante tomar cuidado com o uso de trilhas, efeitos e músicas que possuem direitos e proteções. Veja abaixo algumas das mais conhecidas de biblioteca para uso em seus vídeos:

**Coleção de sons do facebook** – Destinada para uso no Facebook e Instagram, essa coleção possui uma grande quantidade de trilhas e músicas liberadas para uso em vídeos criados para

a rede social.

**Youtube áudio library** – Essa biblioteca de músicas gratuitas e efeitos sonoros é bem antiga, e possui uma quantidade considerável de opções, muito dos sons até já viraram tradicionais em vídeos e conteúdo.

**Bensound** – Muito usado e de fácil uso, possui conteúdo grátis e pago.

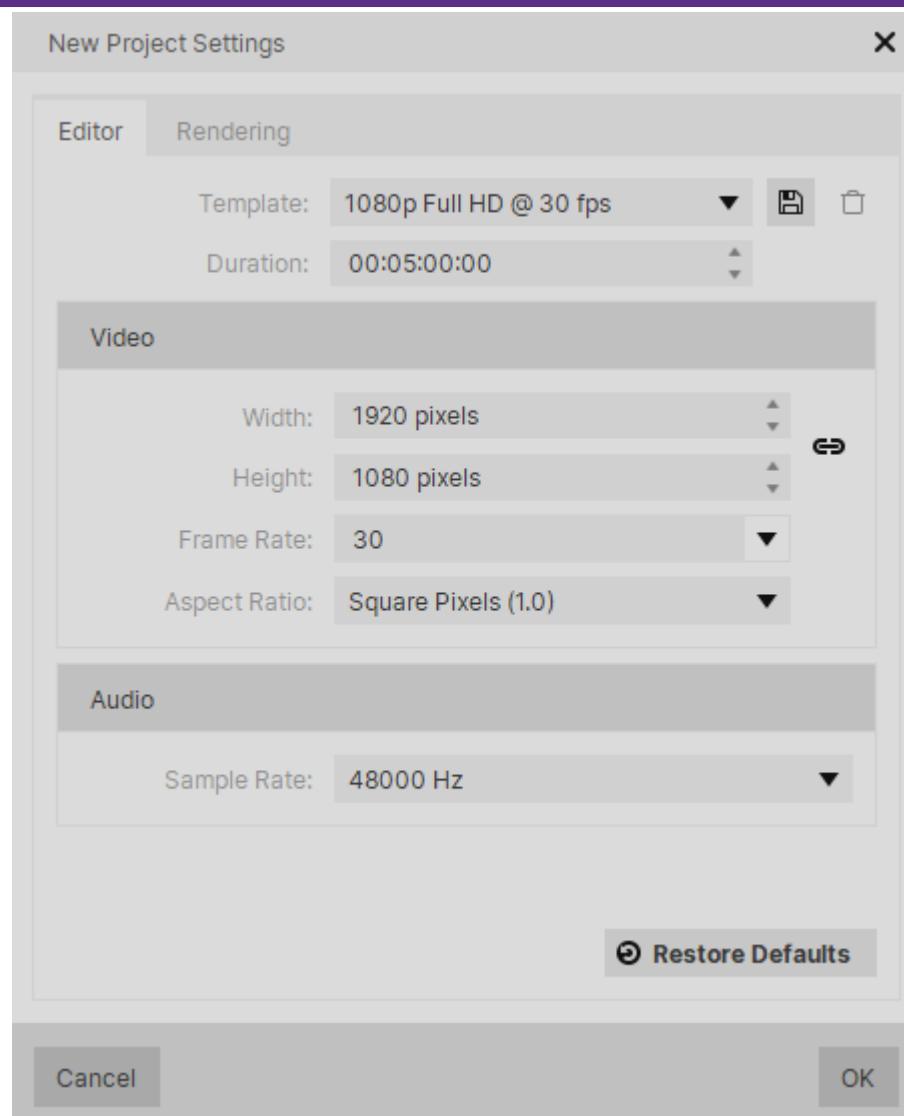
**Audio jungle** – Essa biblioteca é da empresa ENVATO, possui uma enorme quantidade de efeitos sonoros, trilhas e músicas. Seu conteúdo é pago e pode variar desde 1 dólar.

Entre outras opções de bibliotecas, vale lembrar que é importante essa etapa da escolha da música do seu vídeo, pois é com o ritmo da música que acontecem os cortes e transições do vídeo.

### **Edição no software de vídeo**

Após definida a trilha do vídeo, agora devemos abrir o software de edição para começar a editar. Vamos usar o Hitfilm Express, mas essas técnicas podem ser usadas em qualquer software de edição de vídeos.

Abra o Hitfilm Express e crie um projeto, como podemos ver na imagem abaixo:



Com o novo projeto criado, agora temos que importar a música para o software de edição. Para importar no Hitfilm pode fazer de duas maneiras: File > Import > Media ou com as teclas de atalho CTRL + SHIFT + O. Importe também os arquivos de vídeo para o editor. Agora é necessário identificar algum instrumento na música para usar de referência na hora de fazer os cortes. Escute a trilha algumas vezes para encontrar variações mais altas no espectro de áudio. Não existe uma regra específica, mas é recomendado usar a batida mais forte da trilha.

O ideal é encaixar os vídeos nos intervalos, entre uma batida e outra, não é obrigatório seguir todas, isso varia muito da sensibilidade do editor. Outra maneira que podemos trabalhar é colocando marcadores nas batidas que desejar fazer as transições ou alguns efeitos no vídeo.

Existem variados modos de seguir as batidas e marcações das músicas em edições, depende da música(uma música eletrônica com batidas rápidas e marcantes é muito diferente entre uma música mais calma como um reggae ou rap, por exemplo), outro detalhe é a necessidade do vídeo, pode ser impactar, ou informar, alertar, manter a atenção, para cada objetivo deve ser feito uma forma própria de edição.

Após terminar de editar na música toda, caso não complete a música ou sobre não tem problema, faça o corte onde achar necessário e coloque uma transição de áudio, como audio gain, por exemplo, assim ele diminui gradativamente.

Não é nada complicado fazer esse estilo de edição , mas é muito importante o treino com mais e mais vídeos, assim o editor fica mais sensível para encaixar as transições nas melhores batidas da música, e inserir transições que ajudam no fluxo da música, sem quebra de expectativas ou emoções excessivas sem necessidade.

## **DESAFIO**

Escolha uma música de sua preferência, recomendo que escolha uma música que conheça bem. Escolha um filme e faça uma edição para mostrar os melhores momentos desse filme (um trailer), com as transições e efeitos de acordo com as batidas da música que você escolheu, não precisa ser um vídeo longo , um trailer de 2 min está de bom tamanho.

**TEMA 13 – PÓS PRODUÇÃO****Introdução**

Atualmente por causa da facilidade de acesso à internet, cada vez mais pessoas consomem conteúdo audiovisual em plataformas virtuais. Entretanto o que as pessoas nem imaginam são as horas de trabalho investidos por trás de um projeto, englobando processos de pré produção e pós produção de vídeos. Quando produzimos um conteúdo audiovisual para a internet, na primeira gravação, seja usando um smartphone, ou câmera profissional, o fato é que não há como o material ficar perfeito logo na primeira e única tomada. Com certeza erros acontecem, partes do vídeo no qual deseja cortar e deletar, letterings que deverão ser inseridos nas imagens e trilhas sonoras que precisarão ser adicionadas para criar uma atmosfera para sua audiência. Além disso é preciso uma plataforma que suporte o formato do vídeo para que as pessoas possam ter acesso a ele. Algumas etapas que certamente será necessário fazer em seus vídeos:

- **Correção de cores**
- **Correção de som**
- **Eliminar erros de fala**
- **Corrigir iluminação entre uma cena e outra**
- **Acrescentar animações**
- **Inserir efeitos visuais**

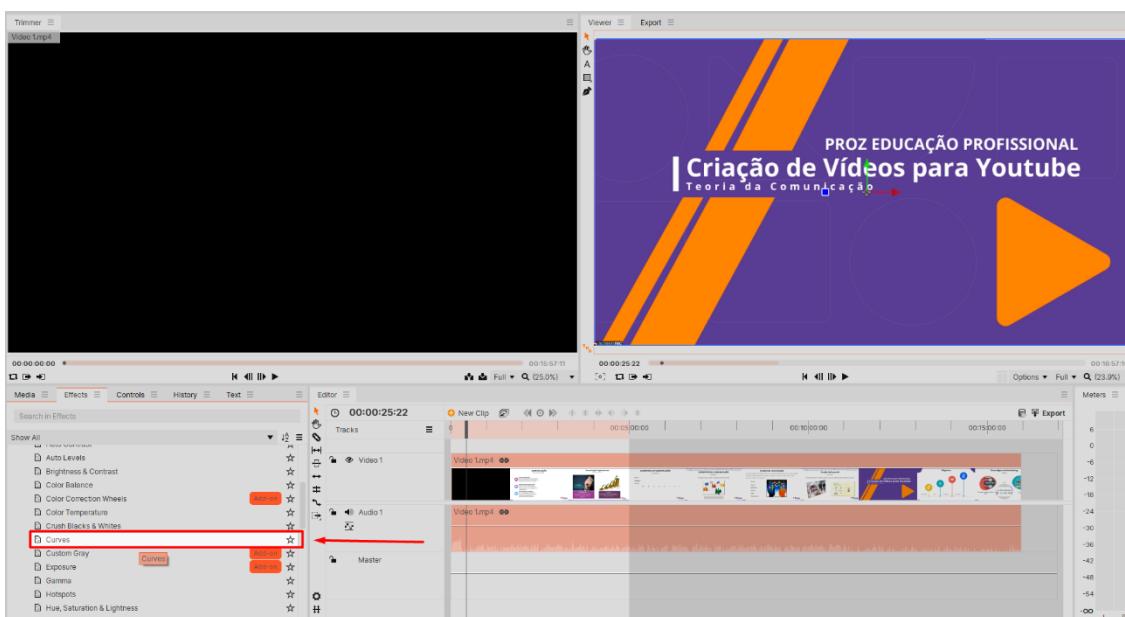
Tudo que seja necessário para que o vídeo seja mais atraente para seu público, em outras palavras, todo trabalho que é feito após a gravação do material bruto, para que o projeto fique

perfeito, é considerado pós produção.

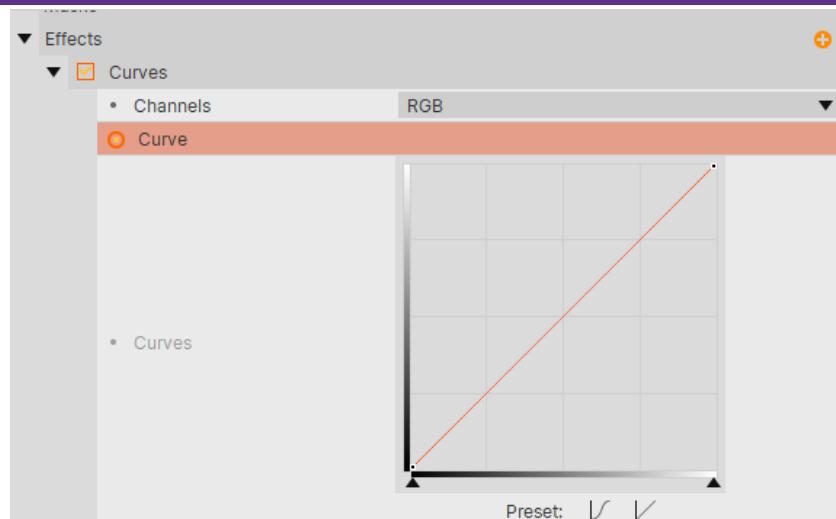
### Correção de cores

Quando assistimos um vídeo, podemos perceber aquela sensação gostosa de aconchego e da até vontade de participar da cena? Ou mesmo naquele momento do filme, o ambiente parece sombrio e perigoso? Cada uma dessas sensações, seja de alegria ou medo, de um dia ensolarado ou nevando, é despertada com o uso de algumas técnicas em conjunto, como som, iluminação, texto, cenário. Mas o elemento determinante por trás de tudo isso é a cor. Quando falamos de emoções e sensações, o estímulo visual se faz muito importante, pois é uma das técnicas com mais sucesso nessa questão. Desses estímulos tanto a harmonia das imagens quanto do tipo de sentimento que pretendemos estimular, as cores exercem um papel fundamental.

Para ajustar as cores de um vídeo, precisamos conhecer algumas das suas variações (de iluminação e sombras) e o tipo de resultado que se deseja alcançar. O primeiro ponto dos ajustes de cores é o brilho e contrastes, pois assim tornará o vídeo mais harmonioso corrigindo as imperfeições da gravação do material bruto.

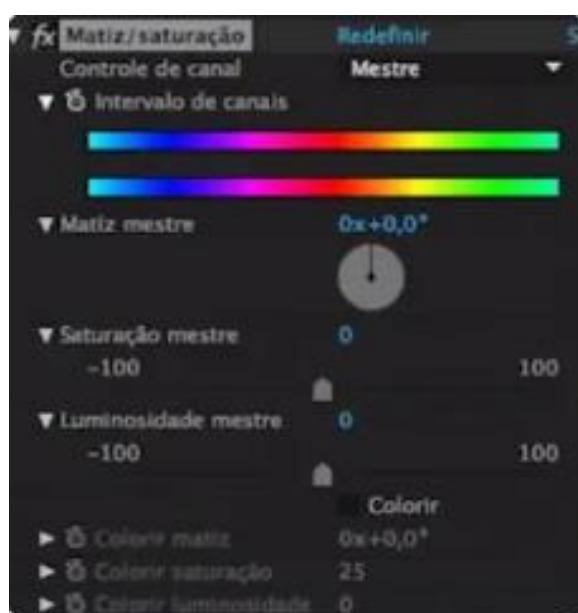


Dentro do Hitfilm Express podemos alterar os níveis de brilho e contraste através do efeito “curves” na aba de “color correction”. Esse efeito diminui a exposição do brilho e da sombra de acordo com o ajuste nas curvas.



O próximo passo é ajustar as cores com o efeito “levels” do Hitfilm Express, esse efeito faz o ajuste RGB do vídeo permitindo trabalhar com mais precisão a cada tom.

E para finalizar usamos a Matriz de saturação, conhecido dentro do Hitfilm como “Hue Saturation”, esse efeito permite reduzir a saturação e excesso de cor que na maioria das vezes pela correção das cores nos levels.



Com apenas esses ajustes com certeza seu vídeo ganhará um caráter mais profissional e passará uma sensação mais harmoniosa, cumprindo com mais eficiência o objetivo com qualidade.

### Correção de som

A mesma importância que a correção de cores, a correção de som é o complemento que muitos ainda não levam tão à sério. O som de um vídeo deve passar pelas mesmas etapas das imagens: seleção, correção e ajustes. Todo efeito de sonoplastia, efeito sonoros e trilha sonora podem ser inseridos ao vídeo na pós produção, sem precisar ser captado na gravação. Atualmente podemos fazer o tratamento do audio dentro do software de edição , o mesmo que tratamos a imagem do vídeo, facilitando o processo, deixando-o mais simples e rápido sem a necessidade de usar um editor específico. Mas se caso precisar usar algum editor de áudio para um tratamento mais profissional, podemos usar o Audacity, pois é um editor gratuito e simples para tratamento e efeitos básicos até intermediários. É importante entender alguns passos essenciais para uma correção de som eficiente, são eles:

**Referência** – Tenha boas referencias para não ocorrer dúvidas durante o tratamento de áudio, como volume do som, se está agudo ou grave demais, se a altura da trilha sonora está atrapalhando a fala. Nesse processo é importantes ter algumas referências, duas ou três pelo menos, em que você julga bom, pois pode auxiliar muito.

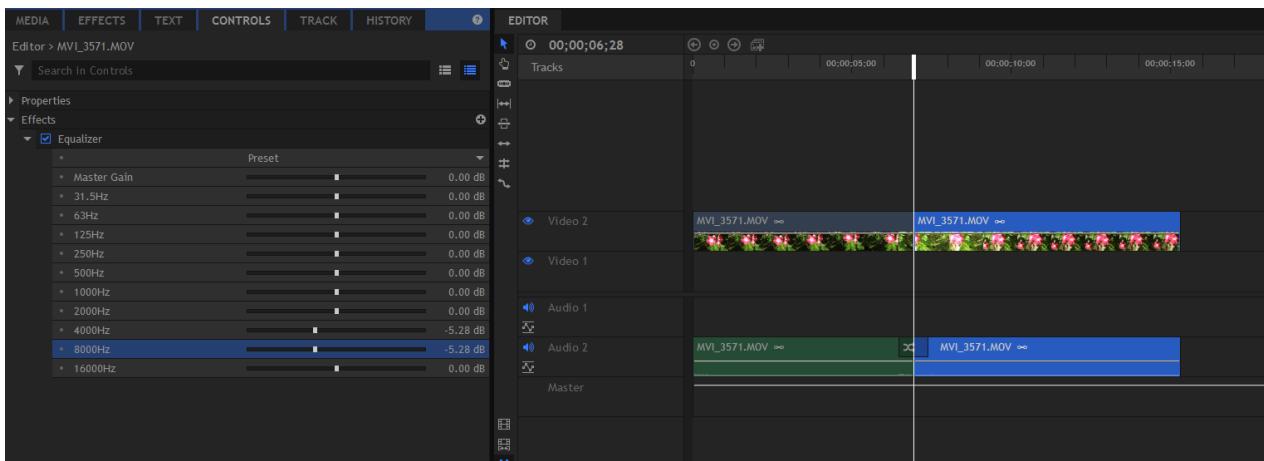
**Revisão do áudio** – É extremamente importante ouvir os áudios, principalmente quando gravados em equipamentos diferentes, para termos mais segurança sobre a qualidade do áudio, tanto no processo de edição, quanto já finalizado. Teste os áudios em seu celular, ouça com fones de ouvido, nas caixas de som, na TV, entre outros equipamentos. Assim aumenta a sua sensibilidade para corrigir com mais eficiência possíveis ruídos.

**Equipamento** – A qualidade do som começa na captação, por isso escolher um bom microfone é recomendado. O tipo de microfone, a posição na distância correta, observando a acústica do ambiente(ruídos externos) garantindo que o som não tenha ruídos em excesso.

Seguindo esses passos essenciais com certeza a qualidade do áudio irá melhorar muito. Alguns efeitos nos permitem melhorar a qualidade do áudio seja trilha sonora, podcast, entrevista, narração, entre vários outros tipos de vídeos. A equalização é o mais conhecido, quando falamos de equalização, nada mais é que a regulagem de volume de frequências específicas. Com a equalização podemos refinar o audio e deixando mais claro colocando os sons em seus devidos lugares, não deixando a trilha atrapalhar a conversa, não deixando o som estourado(com excesso de volume). Dessa forma nossos audio irão melhorar e ficar mais limpos e claros. No Hitfilm Express o menu de predefinições fornece acesso rápido a tarefas comuns de equalização, como high pass, low pass e bass boost.

O controle Master Gain é usado para controlar o volume do clipe. Isso funciona separadamente da propriedade de volume do clipe e deve ser usado para definir o volume base de um clipe de

áudio. A propriedade de volume pode ser usada para ajustar o volume e mixar clipes ao longo do tempo.



## Color Grading

Color Grading é a alteração da cor de um vídeo para obter um determinado clima ou tonalidade visual. Diferente da correção de cores, essa técnica é feito após da correção de cor para definir o clima do ambiente do vídeo. Podemos assistir alguns filmes famosos que usaram essa técnica e marcaram de forma eficiente o ambiente do filme. O filme Mad Max de 2015 é uma das fortes referências que temos atualmente. Com tonalidades marcantes deixando mais claro o ambiente em que acontecia a trama do filme, e deixando em harmonia com as sensações e emoções despertadas pelo filme. Veja algumas imagens e observe a tonalidade definida do filme:



Podemos notar as tonalidades de cores quentes fazendo a imersão dos atores ao ambiente de deserto. Assim fazendo com que o filme fique mais agradável e marcante, prendendo a atenção dos telespectadores e cativando mais pessoas para assistir o filme.

Quando uma câmera grava uma cena, ela coleta dados digitais e depois traduz esses dados em um formato visível. Quando faz isso, inclui instruções sobre como modificar os dados de alguma forma para tentar recriar com mais precisão o que você viu. No entanto, nenhuma câmera é capaz de fazer isso perfeitamente, então é aí que os perfis de cores entram em ação. Os perfis de cores funcionam de maneira semelhante ao balanceamento de branco, mas também ajustam elementos como saturação e contraste. Normalmente, os perfis de cores são suficientes para

situações casuais, como fazer um vídeo rápido do jogo de futebol do seu amigo. No entanto, os videomakers precisam de muito mais controle sobre suas filmagens. A maioria das câmeras oferecerá um perfil plano ou de log. Em um perfil de cores de log, a câmera minimiza o contraste para espremer o máximo de informações possível. Isso ajuda a evitar destacar destaque ou cortar sombras, bem como flexibilidade ao editar seu vídeo posteriormente. Se a sua câmera não oferecer um perfil de registro e você planeja fazer a classificação de cores do seu vídeo, use um perfil neutro ou configure um perfil personalizado com a nitidez e o contraste definidos o mais baixo possível. Também pode ajudar a diminuir ligeiramente a configuração de saturação.

LUTs já foram usados ao enviar vídeo da edição para impressão. Diferentes tipos de filme reagem ao desenvolvimento de forma diferente. Eles garantiram que o filme impresso corresponesse aos monitores onde a correção de cor ocorreu. Sem uma LUT, independentemente do processo de correção e classificação de cores usado, as cores finais do vídeo seriam imprevisíveis. Uma LUT é um conjunto de direções baseadas em matemática usadas para modificar valores RGB que alteram o matiz, a saturação e o brilho de um vídeo. Embora poucos criadores de vídeo (com a possível exceção dos cineastas de Hollywood) coloquem seus vídeos em filme físico, o processo de LUT continuou. Existem dois tipos gerais de LUTs que os editores de vídeo digital usarão: LUTs técnicos ou de normalização e LUTs criativos.

### **LUTs técnicas ou de normalização**

A maioria dos cinegrafistas usará um perfil de cores de log para capturar o máximo de informações possíveis. Diretamente da câmera, esta filmagem será plana e desbotada.

Uma LUT de normalização converte a imagem de log em outro espaço de cores. Ele adiciona de volta o contraste e a saturação compactados durante a gravação. Os fabricantes de câmeras geralmente fornecem LUTs técnicas para seus perfis de log proprietários. Há também criadores de terceiros desenvolvendo LUTs que consideram melhores.

### **LUTs criativos**

Outro tipo comum de LUT são as LUTs criativas. Eles aplicam um conjunto de ajustes a diferentes níveis de cor para criar uma aparência ou efeito específico. Uma LUT criativa é semelhante a uma predefinição que um fotógrafo aplicaria a uma imagem no Photoshop ou no Lightroom.

O processo de gradação de cores varia um pouco de editor para editor, mas aqui está um fluxo de trabalho geral que você pode seguir:

- ✓ Normalize seus clipes de vídeo
- ✓ Executar correção de cor de vídeo
- ✓ Classifique a cor da sua filmagem

- ✓ Execute o ajuste final de cor

### Normalize seus clipes de vídeo

O primeiro passo deve ser normalizar seus videoclipes. Você precisa corrigir o contraste e a saturação para aproveitar todas as informações registradas. É possível fazer esse processo manualmente ou você pode usar uma LUT técnica para simplificar seu fluxo de trabalho.

### Executar correção de cor de vídeo

Depois que seus clipes forem normalizados, você precisará corrigir a cor do vídeo. Tente obter os videoclipes o mais “corretos” possível. Se a sua exposição for ruim, o contraste estiver ausente ou o balanço de branco estiver desativado, a gradação de cores real será muito mais difícil.

### Classifique a cor da sua filmagem

Depois que a correção de cores estiver concluída, você poderá classificar as cores da filmagem. Novamente, esta etapa pode ser feita manualmente ou com uma LUT. Fazer isso manualmente fornecerá mais controle, mas pode levar mais tempo. Usar uma LUT criativa pode economizar tempo e adicionar consistência, mas somente se todos os seus clipes tiverem uma boa correção de cor.

### Execute o ajuste final de cor

Como acontece com qualquer método automatizado, as LUTs provavelmente não serão perfeitas. Por exemplo, eles podem dar a tudo uma certa tonalidade de cor. Depois de adicionar seu LUT, volte, corrija quaisquer problemas e garanta consistência em todos os seus clipes.

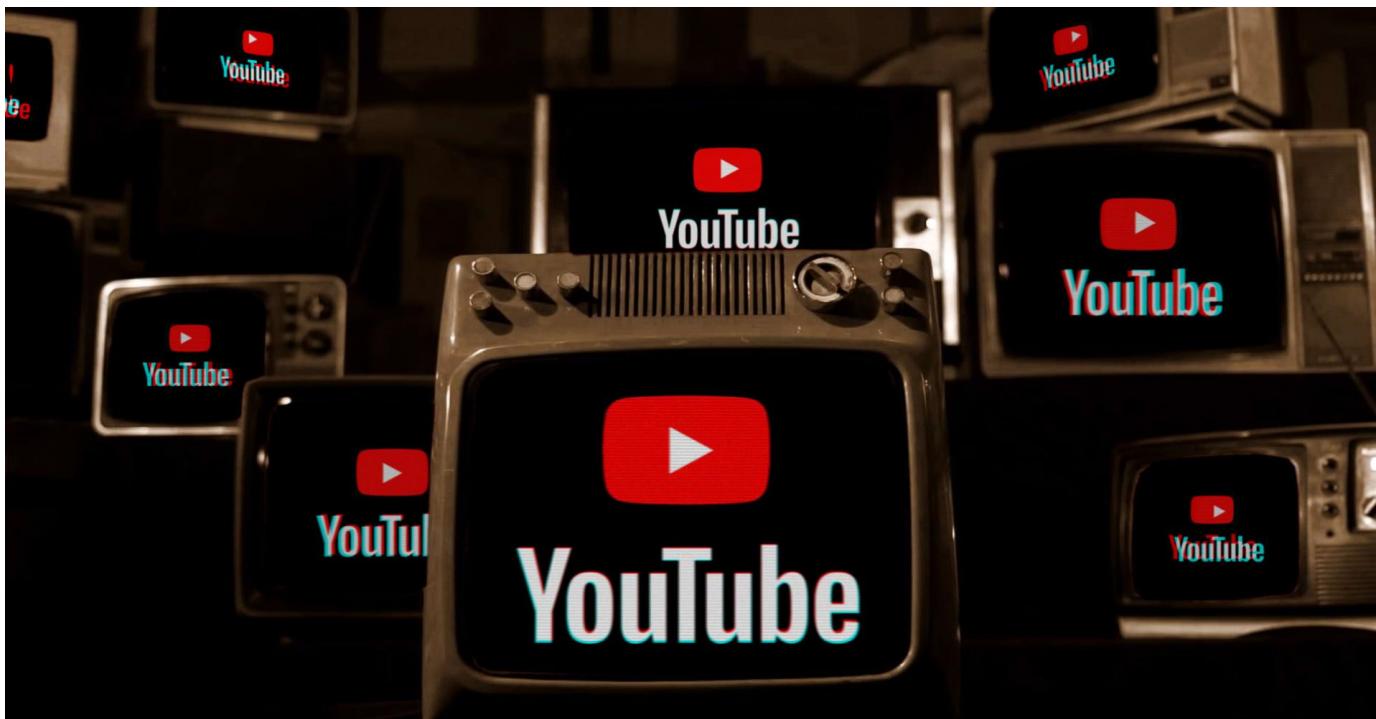
Ao corrigir a cor, certifique-se de que suas cores estejam equilibradas para que os tons de pele correspondam à linha da pele. Para qualquer cinegrafista que queira produzir conteúdo de alta qualidade, há muitos elementos para prestar atenção. Enquadramento, foco, exposição, captura de áudio claro e contar uma história envolvente são cruciais. Com tudo isso implementado, a correção de cores e a gradação de cores desempenham um papel importante e final para levar seu vídeo a um nível profissional.



### DESAFIO

Grave um vídeo no formato de VLOG (video com parte da sua rotina), e aplique as técnicas de pós produção como: correção de cores, correção de som e color grading.

## TEMA 14 – YOUTUBE



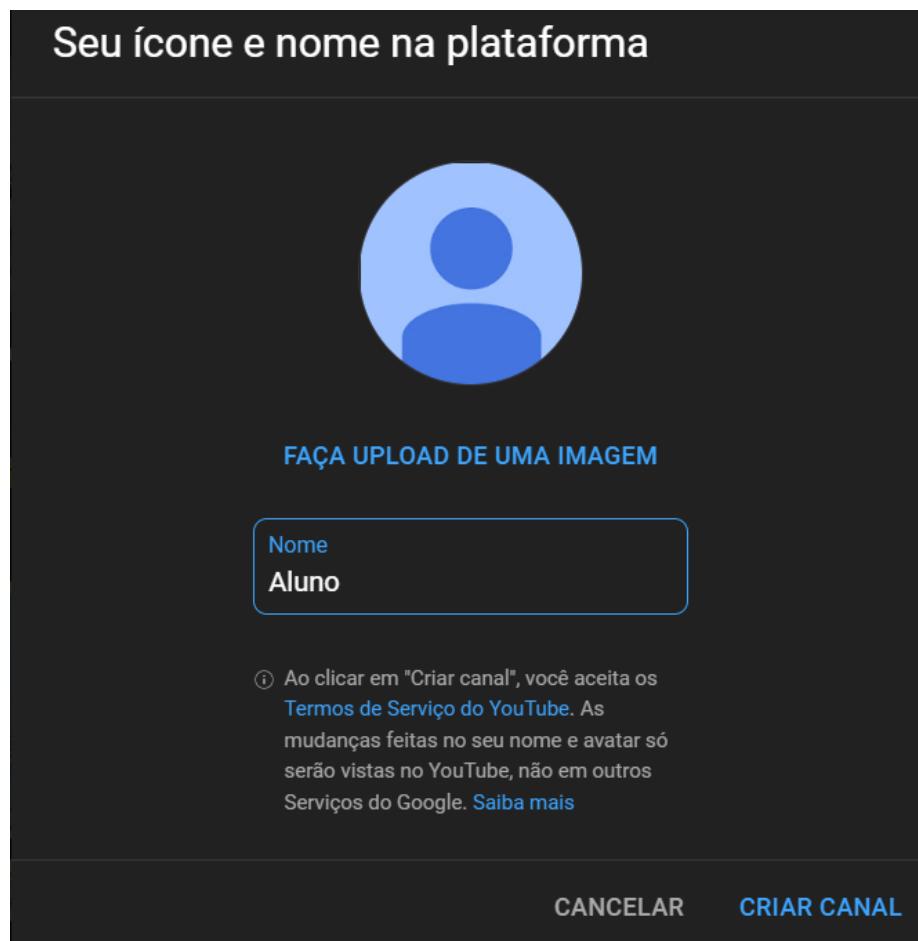
### Introdução

O YouTube tem mais de 2 bilhões de usuários mensais visitando a plataforma de compartilhamento de vídeos para seus vlogs favoritos, vídeos de música, destaques esportivos e muito mais.

Já se passaram 17 anos desde que o site do YouTube foi lançado ao público em maio de 2005. Fundado no início daquele ano por três primeiros funcionários do PayPal Steve Chen, Chad Hurley e Jawed Karim. Os três ao final de 2004 começaram a trabalhar em uma ideia para um site para usuários enviarem perfis de namoro por vídeo, trabalhando em uma garagem de Chad Hurley no Menlo Park, na Califórnia. Em Fevereiro de 2005 dia do "Valentine's Day" Chad registra a marca, o logotipo e o domínio do YouTube. No entanto, o site como site de namoro ficou pouco interessante, forçando o cofundador a publicar anúncios que pagam às mulheres US\$ 20 (vinte dólares) para enviar vídeos de namoro, ao invés disso, os usuários começam a enviar vídeos de todos os tipos. Desde então, tornou-se a plataforma gratuita de compartilhamento de vídeo mais popular do mundo. A empresa cresceu como um foguete após sua fundação em 2005 e foi comprada pelo Google 18 meses depois. Sob o Google, o YouTube deixou de ser um repositório de vídeo amador para uma potência de conteúdo original, sem mencionar uma plataforma de lançamento para sua própria nova marca de superstar, como PewDiePie e os Smosh Brothers. Em Abril de 2005 com base no feedback, os cofundadores transformaram o YouTube em uma plataforma de hospedagem de vídeo gratuita, onde cada clipe tem um link exclusivo. No entanto, a história de como os cofundadores chegaram a esse ponto é muito contestada. Já no primeiro ano a plataforma cresceu de forma surpreendente em Outubro de 2005, o YouTube viu um vídeo atingir 1 milhão de visualizações pela primeira vez. O vídeo é um anúncio viral da Nike que mostra o jogador de futebol brasileiro Ronaldinho Gaúcho recebendo seu par de "chuteiras de ouro" e demonstra o poder do papel do YouTube no marketing e na viralidade.

### Criando seu primeiro canal no Youtube

Para criar um canal no Youtube é bem simples, o primeiro passo é criar uma conta na Gmail para ter acesso ao painel de criação de canal.



Essa tela você escolhe o nome do seu canal e coloca a imagem do perfil. Logo após de criado o canal você pode acessar seu painel de controle.

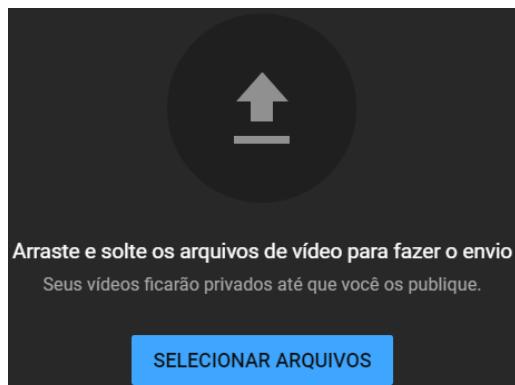
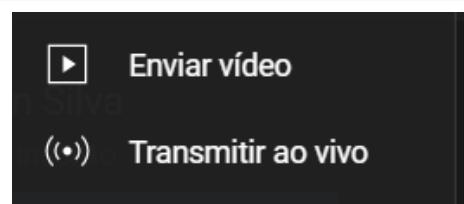


Pronto canal criado, e agora? No QR Code ao lado você pode entender melhor como é administrar uma conta no Youtube, entender como monetizar vídeos e receber dinheiro proporcional ao número de visualizações, quais são as exigências e regras de utilização da plataforma, tudo de maneira simples e intuitiva.

Quando criamos um canal você entra num mundo variado de clipes de música, desenhos fofinhos, desafios, entrevistas, podcast, gameplay, entre vários outros tipos de conteúdo. Um universo criativo onde cada pessoa pode criar seu canal de postar vídeo de maneira rápida e gratuita. Mas não pense que será simples, você terá muito trabalho pela frente para começar a colher frutos, não desanime! Não podemos afirmar quando um vídeo pode ser tornar viral e mudar sua vida. Essa plataforma permitiu muitas pessoas viver de conteúdo audiovisual, e muitos mudaram de vida. Criar um conteúdo audiovisual está cada vez mais desafiador, pois para um conteúdo ser atraente deve ser bem produzido, e não falo de equipamentos, mas boas idéias de conteúdo. Não somente devemos pensar em apenas produzir, e sim em promover esses vídeos também, por isso é importante ter um planejamento prévio de como deseja administrar seus conteúdos, seja de dança, de jogos, vlog's, entre vários assuntos você pode produzir. Faça um planejamento observando alguns pontos relevantes:

- 1. Objetivo do seu canal**
- 2. Tipo de conteúdo**
- 3. Público-alvo**
- 4. Referencias**

Com esses passo definidos, já é possível iniciar a criar conteúdos e fazer um “upload” do vídeo para a plataforma. O Youtube disponibiliza duas formas de criar um video. Onde você pode escolher entre Enviar um vídeo pronto, ou fazer uma transmissão ao vivo. Para entender melhor vamos conhecer primeiro o painel de upload de video.



Após de escolher a opção de “Enviar vídeo” irá aparecer uma janela para que arraste e solte os arquivos de vídeo, ou selecione na pasta onde está armazenados seu material.

Agora que o vídeo carregou, podemos definir os detalhes do vídeo, como título, a descrição o thumbnail (capa do vídeo), entre muitos outros recursos iniciais. Na próxima tela é possível definir o modo de exibição de vídeo, se o vídeo será listado(para todos do Youtube), não listado(apenas para quem tiver o link do vídeo) ou privado (apenas com convite).

**Visibilidade**

Escolha quando publicar e quem poderá ver seu vídeo

**Salvar ou publicar**  
Torne o vídeo **público, não listado ou privado**

**Privado**  
Seu vídeo está disponível apenas para você e pessoas que você escolher

**Não listado**  
Seu vídeo está disponível para todos que tiverem o link

**Público**  
Seu vídeo está disponível para todos  
 Definir como Estreia imediata (?)

**Programar**  
Selecione uma data para tornar o vídeo **público**

**Verificações**

Verificações concluídas. Nenhum problema foi encontrado.

**VISIBILIDADE**

**SALVAR**

Após verificado clique em salvar que o vídeo em poucos minutos estará na plataforma. Seja claro nas informações do vídeo e descrição, isso ajuda muito no engajamento do vídeo.

**Studio**

Fazer transmissão

Webcam

Gerenciar

Enviar feedback

**Tudo pronto em 24 horas**

A ativação de transmissões ao vivo na sua conta leva 24 horas. Assim que concluída, você pode iniciar uma transmissão imediatamente.

**SAIBA MAIS**

### Como ativar a transmissão ao vivo no YouTube

A transmissão ao vivo está desativada em novos canais do YouTube por padrão. Veja como ativar a transmissão ao vivo no YouTube :

- ✓ Verifique sua conta do YouTube - É um processo simples. Selecione seu país, método de entrega do código de verificação preferido e insira seu número de telefone. Insira o código de verificação de seis dígitos quando o receber. Verificado!
- ✓ Ative a transmissão ao vivo por meio da página de recursos do canal (em “Recursos que

exigem verificação por telefone).

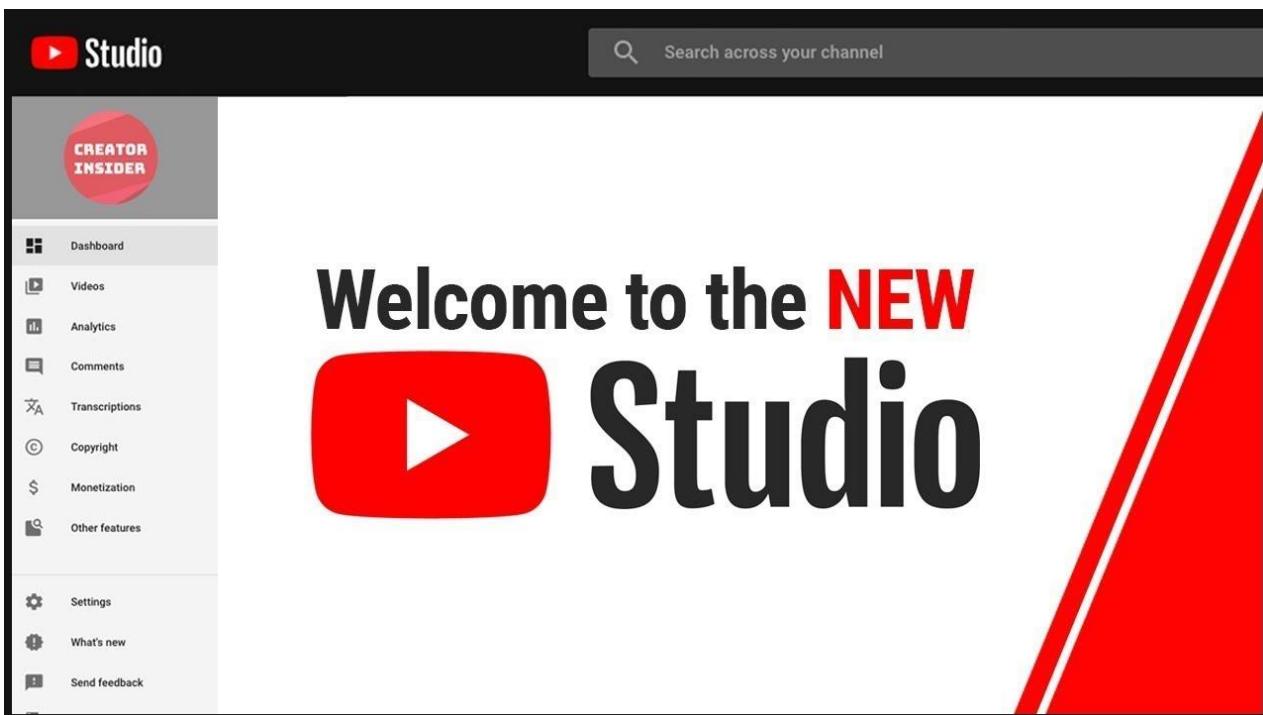
- ✓ Aguarde até 24 horas para que a transmissão ao vivo seja ativada em sua conta. Desde que não haja restrições de transmissão ao vivo em seu canal, agora você pode transmitir ao vivo no YouTube por meio de um navegador da Web ou codificador de transmissão. Se você quiser usar um dispositivo móvel para transmitir ao vivo, há um obstáculo adicional: seu canal deve ter pelo menos 50 inscritos.

Temos outras maneiras de transmissão, mas de início, o essencial é conhecer como funciona uma live, qual equipamento é recomendado, se a conexão se mantém estável, entre outros fatores. Embora começar a fazer lives seja algo que pareça fácil, inicialmente é recomendado iniciar postando vídeos para melhorar o engajamento, e aí então pensar em fazer lives, com ao menos 100 inscritos.

## **DESAFIO**

Crie um canal no youtube e faça o upload de um vídeo feito nos desafios anteriores. Lembrando que o vídeo precisa ter: Título, descrição, palavras-chave, redes sociais, entre outras informações relevantes ao seu vídeo.

## TEMA 15 – YOUTUBE STUDIO

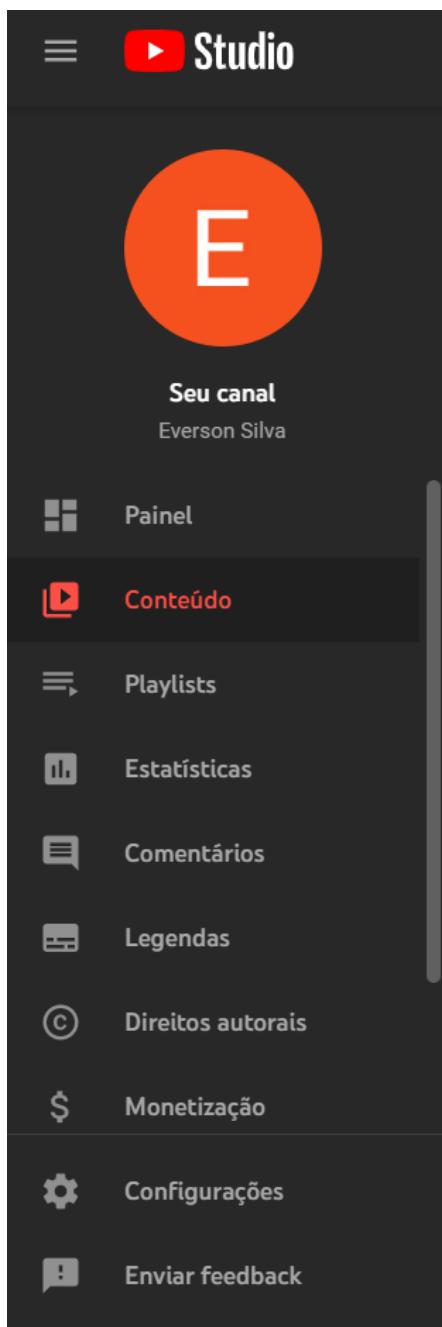
**Introdução**

O **YouTube Studio** é onde você irá gerenciar seu canal do YouTube. A partir daqui você pode ver estatísticas sobre quantas pessoas visualizaram seus vídeos, responder a comentários recebidos e muito mais. Você também poderá acessar o Gerenciador de vídeos , que permite editar seus vídeos, adicionar legendas e anotações e executar funções semelhantes.

Para acessar o YouTube Studio, selecione sua foto de perfil no canto superior direito de qualquer página do YouTube e selecione YouTube Studio.

A screenshot of the YouTube Studio interface, specifically the 'Content' tab. On the left is a sidebar with a profile picture of 'Everson Silva' and the text 'Seu canal'. The sidebar also includes links for Painel, Conteúdo (which is selected), Playlists, Estatísticas, Comentários, Legendas, Direitos autorais, Monetização, Configurações, and Enviar feedback. The main area shows a table titled 'Conteúdo do canal' with columns for 'Vídeos' (with a blue underline), 'Ao vivo', 'Filtrar', 'Video', 'Título do vídeo', 'Visibilidade', 'Restrições', 'Data', 'Visualizações', 'Comentários', 'Gostei x Não gostei', and 'EDITAR RASCUNHO'. There is one video listed: 'A arte de contar histórias e despertar emoções' with a duration of 0:20. At the bottom, there are pagination controls for 'Linhas por página: 30', '1-1 de 1', and navigation arrows.

O YouTube Studio pode parecer um pouco esmagador no início. Há muitas opções aqui, e você precisará de algum tempo para explorar cada categoria. Mas não se preocupe, você não vai quebrar nada experimentando opções diferentes. O interativo abaixo também ajudará você a ter uma visão geral do YouTube Studio.



## Acesso ao Estúdio de Criação do YouTube

Vá ao YouTube e siga estas instruções:

- ✓ No canto superior direito, clique no seu nome.
- ✓ No menu suspenso, escolha YouTube Studio.
- ✓ Navegue pelas guias no lado esquerdo da tela para se orientar no Studio.

## O YouTube Creator Studio Painel

Para visão geral do canal, o seu YouTube Creator Studio Dashboard é o catch-all. O YouTube não mede esforços nesta parte para oferecer a você todas as informações pertinentes sobre seu canal, incluindo o desempenho de seus vídeos e até mesmo conselhos sobre como obter mais atenção.

Você verá alguns cartões como:

- **Notificações importantes:** notificações sobre quaisquer violações de direitos autorais em seu canal ou se você recebeu ou não monetização são mostradas aqui.
- **Estatísticas:** uma visão geral rápida de métricas importantes, como tempo de exibição, novos inscritos, visualizações nos últimos 28 dias.
- **Novidades :** Aqui YouTube irá mantê-lo a par de todos os desenvolvimentos mais recentes da tecnologia na plataforma, ferramentas e recursos.

Entre outras configurações. É recomendado você ir conhecendo o estúdio, clicando nas opções da Dashboard e conhecer o que é possível configurar por cada uma delas.

## Análise do Estúdio de Criação do YouTube

Pense estatísticas como uma bússola. Sem ela, você vai ser um navio nas águas que não têm uma pista como definir suas velas. Todos os seus esforços serão inúteis. As estatísticas podem ajudá-lo a descobrir como melhorar sua campanha para ganhar mais pontos de vista, a interação, ou qualquer medida que você está depois. Ela vai mostrar se a sua campanha de vídeo está funcionando ou se ele precisa de alguns ajustes.

A área de estatísticas do YouTube Studio pode ajudar você a entender as métricas fornecidas abaixo. Tenha em mente que, alterando o menu drop-down no topo da página, você pode mudar a duração do período de análise para cada parâmetro. Alguns pontos importantes devem ser observados dentro das estatísticas, vamos ver alguns deles:

**Visualizações:** O número de vezes que seus vídeos foram vistos no período selecionado.

**Tempo de exibição:** Quantos minutos os espectadores passam assistindo a vídeos em seu canal?

**Inscritos:** O número de novos inscritos que seu canal atraiu no período indicado.

Ao acessar inicialmente a seção de análise do YouTube Studio, você verá essas três estatísticas junto com um gráfico. Ao ir para o canto inferior esquerdo do gráfico e clicar em “Ver mais”, você obterá uma grande quantidade de dados extras, incluindo:

**Origem do tráfego:** Como as pessoas encontraram seu vídeo? Isso pode ser feito por meio da pesquisa do YouTube, páginas do canal, direto/desconhecido, externo, recursos de exploração, listas de reprodução, vídeos sugeridos, páginas de lista de reprodução ou outros recursos.

**Geografia:** Informações sobre a localização geográfica dos espectadores de vídeo.

**Idade do espectador:** Métricas para a idade do espectador do seu canal.

**Sexo do espectador:** Métricas para o sexo do espectador do seu canal.

**Status da assinatura:** Qual porcentagem do seu tráfego é originada de assinantes, não assinantes ou usuários desconhecidos?

**Fonte de inscrição:** Como seus inscritos descobriram seu canal? Eles podem ter chegado ao seu canal por meio da página de exibição do YouTube, da pesquisa do YouTube ou de algum outro método.

**Lista de reprodução:** Quantas pessoas assistem às listas de reprodução do seu canal?

**Tipo de dispositivo:** O tipo de dispositivo no qual os vídeos do seu canal são visualizados. Pode ser um notebook, smartphone ou tablet.

E isso nem é o fim. Você pode ver ainda mais informações sobre seus principais vídeos, como impressões. Além disso, mostra a atividade em tempo real dos vídeos enviados ao seu canal.

### **Gerenciador de vídeos do Estúdio de Criação do YouTube**

O gerenciador de vídeos do YouTube Studio permite que você acompanhe todos os seus vídeos em um só lugar. A guia "Vídeos" na barra lateral direita do seu YouTube Studio levará você a esta seção. Você pode controlar a visibilidade de seus vídeos aqui, bem como ver a data de publicação, visualizações, comentários e curtidas versus desgostos.

Esta é a guia a ser usada se você estiver procurando um editor on-line do YouTube. Esta seção irá ajudá-lo a editar os aspectos mais importantes do seu vídeo. Cada opção de edição de vídeo se enquadra em duas categorias – Básica e Avançada. A guia básica tem as seguintes opções de edição:

- Descrição
- Miniatura
- Tag
- URL do vídeo
- Nome do arquivo
- Visibilidade
- Listas de reprodução em que os vídeos aparecem
- Cartões
- Tela final

Quando você clica na guia Avançado, as seguintes opções aparecem para otimizar ainda mais seu vídeo:

- Data de gravação
- Localização do vídeo
- Licença e titularidade de direitos
- Distribuição
- Categoria
- Idioma do vídeo
- Informações da legenda
- Legendas
- Subsídio de comentário
- Mais opções, como permissão de incorporação, seleção de promoção/colocação de produto paga e ativação de limites de idade.

### Comunidade do Estúdio de Criação do YouTube

Você pode ver todos os seus comentários em um só lugar na página "Comentários" do seu YouTube Studio. Os comentários serão exibidos em sequência cronológica. Você poderá ver quem fez quando foi feito e o que eles disseram, além de não gostar, gostar ou "coração" do comentário. Você pode excluir o comentário, denunciá-lo, ocultar o usuário do seu canal, sempre aprovar comentários desse usuário ou torná-lo um moderador de comentários. Você também pode responder diretamente aos comentários na guia de comentários. O YouTube até examina seus comentários para você, colocando comentários que provavelmente são spam na guia "Provavelmente Spam".

Canal do YouTube Studio. Você pode verificar o status de várias regras importantes do YouTube na seção do canal do seu YouTube Studio. Aqui está o que você vai encontrar:

**Status de direitos autorais:** Seu status de direitos autorais e quantos avisos de direitos autorais você possui.

**Status das diretrizes da comunidade:** Quantos avisos você tem por violar as regras da comunidade?

Você também poderá ver se as configurações de seu canal permitem que você faça o seguinte:

- Envio de vídeo
- Opções de monetização (exibir anúncios em seus vídeos)
- Transmissão ao vivo
- As transmissões ao vivo podem ser incorporadas ou não
- Vídeos mais longos (mais de 15 minutos)
- Possibilidade de postar vídeos privados e não listados
- Miniaturas personalizadas
- Anotações de fontes externas
- Super chat (disponível apenas se você tiver 1.000 ou mais seguidores)
- URL personalizado
- Opções de associação para o canal

### **Listas de reprodução do Estúdio de Criação do YouTube**

Quer atrair mais pessoas para assistir seus vídeos do YouTube? A guia de listas de reprodução é útil para organizar, criar e editar suas listas de reprodução. Fundamental para sua estratégia de crescimento, as playlists influenciam o tempo de exibição, parâmetro usado pelo YouTube para classificar o conteúdo do vídeo. Como as playlists são de reprodução automática, elas combinam perfeitamente com o tempo de exibição. Isso implica que, depois que um espectador terminar de ver um vídeo, outro começará a ser reproduzido automaticamente, aumentando seu tempo de exibição.

No final dos vídeos no YouTube, você pode vincular a conteúdo relacionado. Use um cartão final em seu vídeo para se conectar a uma playlist para aumentar o tempo de exibição do seu canal.

### **Conteúdo mestre do Estúdio de Criação do YouTube**

A guia de conteúdo, anteriormente conhecida como gerenciador de vídeos, é o seu balcão único para tudo relacionado a vídeos. Você pode navegar por todos os seus vídeos (públicos, não listados e privados) aqui, bem como ativar recursos como monetização e otimizar componentes importantes do seu conteúdo de vídeo para crescimento. Isso inclui todas as etapas realizadas para editar e otimizar vídeos após o upload para navegar no algoritmo do YouTube.

### **Como otimizar vídeos**

Você pode alterar e otimizar a forma como um vídeo é exibido após o upload para o YouTube. Isso é para ajudar seu vídeo a navegar no algoritmo do YouTube.

Siga estas etapas para editar um vídeo:

Navegue até a guia de conteúdo e mantenha o mouse sobre um vídeo até que o ícone da caneta apareça.

Para abrir a tela do editor de vídeo, clique no ícone da caneta.

Você pode atualizar os detalhes do seu vídeo no editor para ajudar o YouTube a classificar seus vídeos e fazer com que mais pessoas vejam seu conteúdo.

### **Editar título**

Brincar com o título do seu vídeo é uma boa maneira de aumentar as visualizações e o crescimento. Inclua as palavras-chave adequadas no título do seu vídeo para se adequar à intenção de pesquisa do seu público. Mas lembre-se também de que títulos cativantes e criativos tendem a atrair espectadores.

### **Edite a Descrição**

Para atrair usuários para assistir ao seu vídeo, forneça descrições detalhadas do vídeo. É importante segmentar os termos que seu público está pesquisando no YouTube, assim como no título de um vídeo.

### **Alterar miniatura**

Você pode não entender o quanto poderosa uma pequena imagem pode ser. Suas visualizações podem aumentar se você usar uma miniatura envolvente. Sua miniatura é uma chance de explicar por que um público em potencial deve assistir ao seu vídeo em vez de outra pessoa.

### **Adicionar etiquetas**

É comum que os criadores considerem as tags menos importantes do que miniaturas, títulos e descrições. As tags, por outro lado, melhoram a descoberta do seu conteúdo por seus espectadores. Você pode combinar tags com palavras-chave descritivas relevantes para seu conteúdo, mas com foco na qualidade e não na quantidade.

### **Categorizar**

Certifique-se de que seu vídeo tenha uma categoria que corresponda ao conteúdo. Categorizar seu vídeo tem um impacto menor na classificação no YouTube, mas ajuda a gerar visualizações de pessoas que estão navegando pelas categorias.

### **Personalização do Estúdio de Criação do YouTube**

O branding é o que diferencia as marcas que vendem produtos semelhantesumas das outras, mas conseguem conquistar um público para si em nichos saturados. Aplicando o mesmo conceito ao YouTube, a personalização ajuda você a se destacar da multidão de milhões de canais nele. Este é o lugar para criar ou inculcar uma forte identidade de marca em seu canal.

Algumas das guias que podem ser personalizadas são Layout, Branding, Informações básicas.

## Esquema

Para melhorar o branding do seu canal, faça algumas alterações na área de layout. Você pode, por exemplo, incluir um destaque de vídeo, que é o primeiro vídeo que alguém vê quando chega. Dependendo se o visitante é um assinante ou não, o YouTube permite que você reproduza um vídeo separado. Sugerimos fazer um vídeo introdutório para seu público não inscrito que explique sobre o que é seu canal, os tipos de vídeos que você faz e um apelo à ação (CTA) convidando-os a se inscrever. Você pode adicionar seções em destaque à página inicial do seu canal, como vídeos populares, listas de reprodução ou conexões com outros canais que você gerencia, para personalizá-la ainda mais.

## Marca

Faça seu canal se destacar da multidão incluindo recursos exclusivos de branding. Para separar ainda mais seu canal dos concorrentes e aumentar os inscritos, você pode adicionar uma foto de perfil, uma imagem de banner e uma marca d'água aqui.

## Informação básica

Seus objetivos de negócios mudaram? Você precisa atualizar o nome e a descrição do seu canal? Você pode atualizar facilmente esses recursos na guia de detalhes básicos. Tudo o que você precisa fazer é adicionar links para direcionar seu público para outros domínios, como redes sociais ou seu site.

## Monetização mestre no YouTube Creator Studio

A aceitação no YouTube Partner Program (YPP) é um passo significativo na carreira de qualquer criador de conteúdo. O YouTube tomou medidas para melhorar suas regras de monetização nos últimos anos. Isso é para evitar que spammers, imitadores e outros maus atores prejudiquem o ecossistema ou explorem criadores talentosos que estão produzindo conteúdo de alta qualidade. Para gerar receita com seu conteúdo do YouTube, os canais devem atender a determinados limites de qualificação:

- ✓ **Seu canal deve ter mais de 1.000 inscritos**
- ✓ **O conteúdo de vídeo deve ter mais de 4.000 horas de exibição em 12 meses**
- ✓ **Você não deve ter avisos da comunidade**
- ✓ **Uma conta do AdSense deve estar vinculada ao canal**

Após o envio de uma inscrição, a equipe de revisão do YouTube verifica se o canal viola os padrões de monetização, conteúdo ou direitos autorais do YouTube. Somente canais que atendam aos requisitos de qualificação do programa e cumpram todos os seus critérios serão

aceitos, tornando-os qualificados para receber anúncios e outros serviços de monetização.

Estúdio de criação do YouTube, um lar para criadores

Pense no YouTube Creator Studio como o back-end do seu canal: um local para medir, otimizar e melhorar o desempenho dos seus vídeos.

Seja você uma marca estabelecida ou um aspirante a YouTuber , entender como o YouTube Creator Studio pode ajudar a expandir seu canal é uma ferramenta valiosa no bolso de qualquer profissional de marketing. E enquanto você concentra seu tempo e energia na criação de conteúdo de vídeo atraente para o YouTube para entregar uma mensagem atraente a clientes em potencial, não esqueça de aplicar as técnicas de edição e pós produção citadas anteriormente. O que define o sucesso é o conteúdo, e não as ferramentas, lembre-se disso.

## **DESAFIO**

Com o seu canal criado no desafio anterior, faça um acompanhamento por 7 dias após o 1º vídeo postado e responda as seguintes questões:

**Quantas visualizações seu vídeo ganhou?**

**Quantas pessoas se inscreveram no seu canal?**

**Qual a taxa de aceitação do seu canal?**

**Qual a faixa etária do seu público?**

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

XAVIER Adilson, Edição de vídeos, Storytelling – Histórias que deixam marcas, Best Business, Ebook Digital.

MARTINEZ Monica, Jornada do Herói, Fapesp, Ebook Digital

MURCH Walter, Num piscar de olhos: A edição de filmes sob a ótica de um mestre, Zahar, Ebook Digital.

JORDAN PETER, Como viver de youtube, TREINAMENTO ONLINE.