

Pedro Menin Garcia

**PRODUÇÃO AUDIOVISUAL PARA DIVULGAÇÃO NO MEIO  
DIGITAL:  
COMO SALVAR AS ABELHAS E O MEIO AMBIENTE DO  
IMPACTO DOS AGROTÓXICOS**

Projeto de Conclusão de Curso  
submetido ao Programa de DESIGN  
da Universidade Federal de Santa  
Catarina para a obtenção do Grau de  
Bacharel em Design  
Orientador: Prof. Dr. Gilson Braviano

Florianópolis  
2020

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,  
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Garcia, Pedro

PRODUÇÃO AUDIOVISUAL PARA DIVULGAÇÃO NO MEIO DIGITAL :  
COMO SALVAR AS ABELHAS E O MEIO AMBIENTE DO IMPACTO DOS  
AGROTÓXICOS / Pedro Garcia ; orientador, Gilson Braviano,  
2020.

84 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -  
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de  
Comunicação e Expressão, Graduação em Design, Florianópolis,  
2020.

Inclui referências.

1. Design. 2. Metodologia de produção audiovisual. 3.  
Conscientização do impacto do uso de agrotóxico na vida das  
abelhas e no ambiente. 4. Estudo de público-alvo e  
plataforma ideal para compartilhamento. 5. Pesquisa de  
produções audiovisuais relacionadas ao tema: meio ambiente.  
I. Braviano, Gilson. II. Universidade Federal de Santa  
Catarina. Graduação em Design. III. Título.



Pedro Menin Garcia

**PRODUÇÃO AUDIOVISUAL PARA DIVULGAÇÃO NO MEIO  
DIGITAL:  
COMO SALVAR AS ABELHAS E O MEIO AMBIENTE DO  
IMPACTO DOS AGROTÓXICOS**

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de “Bacharel em Design”, e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 5 de outubro de 2020.

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Mary Vonni Meürer,  
Coordenadora do Curso

**Banca Examinadora:**

---

Prof. Dr. Gilson Braviano - Orientador,  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof. Dr. William Andrade,  
The University of Adelaide

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Mônica Stein,  
Universidade Federal de Santa Catarina



Este trabalho é dedicado aos meus pais, à mãe terra e à evolução da consciência ambiental humana.



## AGRADECIMENTOS

Sou muito grato por toda a energia que meus pais, André e Ana Laura, investiram em mim na minha vida toda, na forma de amor, atenção, motivação, confiança, paciência, no cuidado com minha saúde, com meu caráter e meu bem estar. Este trabalho talvez seja mais fruto do trabalho deles do que o meu. A eles, devo este trabalho e todos que ainda realizarei.

Minha gratidão às oportunidades que a Universidade Federal de Santa Catarina me proporcionou, às pessoas incríveis que conheci durante minha estadia, aos ótimos professores, à ótima estrutura e à querida ex-Coordenadora Marilinha, que com muita alegria nunca se negou a atender e ajudar alguém.

Sou também muito grato à minha companheira Débora, pelas aulas de teoria das cores, pelo acompanhamento do processo, pela paciência que tem comigo, pela narração das vozes, pela revisão geral e por existir.

Muita gratidão também à mãe terra, inspiração e motivação deste projeto e também da minha vida. Acredito que um bom Design, um bom projeto, deva ter uma intenção firmada no bem maior, na harmonia entre todas as formas de vida, seja em escala maior ou menor, para que haja a força da vontade por trás de cada projeto.

Este projeto é uma pequena ação, uma parte, assim como o trabalho de uma abelha operária, com o objetivo de despertar a consciência para o cuidado com a terra, para que haja uma pequena mudança de pensamento e futuramente uma grande mudança cultural.





“É possível e necessário reduzir o uso de agrotóxicos no Brasil de forma gradual, não precisamos deles em nossa agricultura! A solução para acabarmos com esse monte de veneno é a Agroecologia...”

(Greenpeace, 2019)





## RESUMO

Este projeto foca em um problema atual, o uso de agrotóxicos e seu impacto na vida das abelhas e no ambiente. Para isso, ele propõe uma alternativa de enfrentamento, a ser veiculada através de materiais disponíveis gratuitamente, juntamente com o conteúdo audiovisual desenvolvido. Este documento, portanto, descreve o processo de desenvolvimento de uma peça audiovisual para veiculação no meio digital. Para isso, foram feitas pesquisas de produções análogas e dos veículos ideais para o compartilhamento do conteúdo. Durante o processo, a superação de diversas dificuldades técnicas gerou um grande aprendizado, tanto em termos de manipulação dos softwares, quanto em relação ao próprio desenvolvimento metodológico. Efetuou-se a escolha da plataforma Instagram como única fonte de compartilhamento do conteúdo, o que direcionou decisões relativas à peça audiovisual, em diversos momentos, inclusive quanto ao roteiro, onde se abordou, primeiro, uma curiosidade sobre as abelhas e, somente depois, foi exposto o problema. Já a direção de arte do projeto foi baseada no público-alvo.

**Palavras-chave:** Agroecologia 1. Permacultura 2. Abelhas 3. Agrotóxicos 4. Produção Audiovisual 5. Metodologia projetual 6.



## ABSTRACT

This project focuses on a current problem, the use of pesticides and their impact on the life of bees and the environment. For that, it is proposed a coping alternative to be transmitted through freely available materials, along with the developed audiovisual content. This document, therefore, describes the process of developing an audiovisual piece for broadcast in the digital environment. For this, research was made on similar productions and the ideal vehicles for sharing content. During the process, overcoming several technical difficulties generated great learning, both in terms of software manipulation and in relation to the methodological development itself. The Instagram platform was chosen as the only source of content sharing, which led to decisions regarding the audiovisual piece, at various times, including the script, where a curiosity about bees was first addressed and only later the problem was exposed. The art direction of the project was based on the target audience.

**Keyword:** Agroecology 1. Permaculture 2. Bees 3. Pesticides 4. Audiovisual Production 5. Project methodology 6.







## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Persona 1: Gabriela.....	34
Figura 2 - Persona 2: Marcos.....	35
Figura 3 - Captura de tela do vídeo “Where is the water?”.....	38
Figura 4 - Captura de tela do vídeo “Infinite Patterns”.....	39
Figura 5 - Captura de tela do vídeo “Nature by numbers”.....	39
Figura 6 - Captura de tela do vídeo “Agrofloresta Familiar - Edison Saraiva”.....	41
Figura 7 - Captura de tela do vídeo: “Agrofloresta Familiar - Edison Saraiva”.....	41
Figura 8 - Captura de tela do vídeo: World Wildlife, no Instagram.....	42
Figura 9 - Captura de tela do vídeo “What is Permaculture (And why should we care?)”.....	44
Figura 10 - Captura de tela da publicação da página da Uni Permacultura, no Instagram.....	45
Figura 11: Captura de tela (2) da publicação da página da Uni Permacultura, no Instagram.....	46
Figura 12 - Painel de referências visuais.....	66
Figura 13 - Painel de referências de tipografia.....	67
Figura 14 - Imagem ilustrativa para direção de arte.....	68
Figura 15 - <i>Storyboard</i> .....	69
Figura 16 - <i>Layout</i> .....	71
Figura 17 - Captura de tela da produção do <i>Animatic</i> .....	71
Figura 18 - Linha do tempo da trilha-sonora.....	73
Figura 19 - Captura de tela do processo de execução das cenas.....	73
Figura 20 - Imagem do processo de tratamento de áudio.....	74
Figura 21 - Captura de tela do processo de produção de áudio.....	75
Figura 22 - Produção dos créditos.....	76
Figura 23 - Correção de cores.....	76
Figura 24 - Configurações de saída.....	77



## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Análise de padrões de elementos audiovisuais.....	47
Quadro 2 - Processo linear de produção de animação 2D.....	56
Quadro 3 - Esquema da metodologia adaptada pelo autor.....	57
Quadro 4 - Cronograma de projeto.....	61



## **LISTA DE ABREVIATURAS**

UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina

ONG - Organização não governamental

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

2D - Duas dimensões

3D - Três dimensões

BPBES - Plataforma Brasileira de Biodiversidade e Serviços  
Ecossistêmicos

REBIPP - Rede Brasileira de Interações Planta-Polinizador

PSOL - Partido Socialismo e Liberdade



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>29</b>
1.1 CONTEXTO GERAL	29
1.2 OBJETIVO GERAL	31
1.2.1 Objetivos específicos	31
1.3 JUSTIFICATIVA	31
1.4 DELIMITAÇÃO DO PROJETO	32
1.5 METODOLOGIA DE PESQUISA	33
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	<b>33</b>
2.1 PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO	33
2.2 IDENTIFICAÇÃO DA PLATAFORMA DE COMPARTILHAMENTO	35
<b>3 PESQUISA DE PRODUÇÕES ANÁLOGAS</b>	<b>36</b>
3.1 STEVE CUTTS	36
3.1.1 Descrição	37
3.1.2 Linguagem visual	37
3.1.3 Visibilidade	38
3.2 CRISTÓBAL VILA	38
3.2.1 Descrição	38
3.2.2 Linguagem Visual	38
3.2.3 Visibilidade	40
3.3 VIDEO AGROFLORESTA FAMILIAR	40
3.3.1 Descrição	40
3.3.2 Linguagem Visual	40
3.3.3 Visibilidade	41
3.4 WORLD WILDLIFE	42
3.4.1 Descrição	42
3.4.2 Linguagem Visual	42
3.4.3 Visibilidade	43
3.5 OUR CHANGING CLIMATE	43



3.5.1	Descrição	43
3.5.2	Linguagem Visual	43
3.5.3	Visibilidade	44
3.6	UNI PERMACULTURA	44
3.6.1	Descrição	44
3.6.2	Linguagem Visual	45
3.6.3	Visibilidade	46
3.7	SÍNTESE DAS REFERÊNCIAS	46
<b>4</b>	<b>PESQUISA DA PLATAFORMA DO INSTAGRAM</b>	<b>47</b>
4.1	FEED DE NOTÍCIAS	48
4.1.1	Compartilhamento de conteúdo	48
4.1.2	Tamanhos e proporções	48
4.1.3	Edição de conteúdo	49
4.1.4	Marcações de pessoas e locais	49
4.2	STORIES	50
4.2.1	Edição do conteúdo	51
4.2.2	Tamanhos e proporções do conteúdo	51
4.2.3	Destaques	52
4.3	IGTV	52
4.3.1	Tamanhos e proporções	53
4.3.2	Funcionamento	53
4.4	SÍNTESE DA PESQUISA DO INSTAGRAM	53
4.5	DEFINIÇÃO DAS CONFIGURAÇÕES DO ARQUIVO	54
4.5.1	Configurações da peça audiovisual	55
<b>5</b>	<b>METODOLOGIA PROJETUAL</b>	<b>55</b>
5.1	PLANEJAMENTO	58
5.2	CONCEPÇÃO DA IDEIA	58
5.2.1	Fundamentação escrita	58
5.2.2	Fundamentação visual	58
5.3	PRÉ-PRODUÇÃO	59

5.3.1 Storyboard	59
5.3.2 Layout	59
5.3.3 Animatic	60
5.3.4 Produção e captação dos materiais	60
5.4 PRODUÇÃO	60
5.5 PÓS-PRODUÇÃO	60
<b>6 DESENVOLVIMENTO</b>	<b>61</b>
6.1 PLANEJAMENTO	61
6.1.1 Cronograma de projeto	61
6.2 CONCEPÇÃO DA IDEIA	61
6.2.1 Fundamentação escrita	61
6.2.1.1 Premissa	61
6.2.1.2 Log Line	62
6.2.1.3 Outline	62
6.3.1.4 Roteiro	63
6.2.2 Fundamentação Visual	66
6.2.2.1 Paineis Visuais	66
6.2.2.2 Direção de arte	68
6.3 PRÉ-PRODUÇÃO	69
6.3.1 Storyboard	69
6.3.2 Layout	70
6.3.3 Animatic	71
6.3.4 Produção e captação dos materiais	72
6.4 PRODUÇÃO	73
6.4.1 Produção de efeitos e animações	73
6.4.2 Tratamento e edição de áudio	74
6.5 PÓS-PRODUÇÃO	75
6.5.1 Configurações finais da peça audiovisual	77
<b>7 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>78</b>







# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 CONTEXTO GERAL

Segundo pesquisa feita pela Organização não Governamental (ONG) Greenpeace, só em 2019, foram liberados 503 novos agrotóxicos, sendo 41% deles considerados altamente ou extremamente tóxicos. Até agora, no total, a soma é de 434 ingredientes ativos, com mais de 2400 formulações diferentes de agrotóxicos.

Uma pesquisa feita por National Geographic (2019), demonstrou que esse foi o maior ritmo de liberação da última década, colocando o país na infeliz posição de campeão mundial em consumo de agrotóxicos. Estes, além de envenenarem os consumidores finais e os produtores de alimentos, são responsáveis também pela morte de milhões de insetos. O caso mais alarmante é o das abelhas.

De acordo com a Carta Capital (2019), foram registradas 500 milhões de abelhas mortas somente nos três primeiros meses de 2019. Esses números representam apenas abelhas de criadores, que puderam ser contabilizadas. Sabe-se que o número final de mortes de abelhas é bem maior que esse, visto que existem muitas outras em seus habitats naturais.

O Agronegócio brasileiro, baseado na monocultura (produção em grande escala de uma única espécie), é dependente dos pesticidas para existir, pois é um sistema anti-natural, já que é rompida a interação entre as diversas espécies, animais e vegetais, que se alimentam uns dos outros, de maneira equilibrada. Se há apenas uma espécie vegetal, como no caso da monocultura, haverá um desequilíbrio no sistema, fazendo com que aquela espécie seja a única comida disponível para os insetos, os quais acabam sendo vistos como “vilões”, por terem que se alimentar. Além disso, a atividade agroindustrial brasileira está principalmente voltado para o comércio exterior, e não para a alimentação do brasileiro, a qual é principalmente fornecida pela Agricultura Familiar (pequenos e médios produtores), segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Mariana Campos (2018), expõe que as abelhas são uma peça essencial na manutenção das florestas. Cerca de 90% das espécies de vegetação tropical com flores e quase 80% das espécies de zonas temperadas dependem da ação das abelhas para sua reprodução. De

acordo com dados divulgados pela ONG Greenpeace (2019), 73% de todas as espécies vegetais do planeta dependem da polinização feita pelas abelhas.

Corroborando esses dados, foi lançado, em fevereiro de 2019, o primeiro relatório temático sobre Polinização, Polinizadores e Produção de Alimento no Brasil, realizado por 12 especialistas, em conjunto com Plataforma Brasileira de Biodiversidade e Serviços Ecossistêmicos (BPBES), e com a Rede Brasileira de Interações Planta-Polinizador (REBIPP). Neste estudo, foi avaliada a dependência da polinização para reprodução de 91 espécies de plantas cultivadas e silvestres. Desse montante, 69 delas têm algum grau de dependência, sendo 32 delas totalmente dependentes, 22 com alta dependência, 9 com dependência modesta e 6 com baixa dependência. Dentre os polinizadores que foram analisados, o principal apontado foram as abelhas, responsáveis por polinizar 78,9% das espécies estudadas.

Recentemente, na cidade de Florianópolis, foi sancionada pelo prefeito Gean Loureiro (sem partido) uma Lei que proíbe o armazenamento e a aplicação de qualquer produto considerado agrotóxico, dentro da Ilha de Santa Catarina, sob pena de multa. Essa lei, proposta pelo Vereador Marcos José de Abreu (PSOL), prevê multa e exigência ao Poder Executivo para que haja um Programa de Educação Sanitária Ambiental objetivando conscientizar as pessoas do perigo do uso de agrotóxicos para a saúde humana e para o meio ambiente.

Hoje, há campanhas acerca dessa conscientização acerca dos agrotóxicos e da morte das abelhas, porém esse tipo de conteúdo geralmente está focado na exposição do problema e não no levantamento de possíveis alternativas.

Visto isso, o presente trabalho visa contribuir para a conscientização da população, desenvolvendo material de divulgação dessas informações no meio digital, com enfoque no levantamento de alternativas e compartilhamento de conteúdo de apoio anexo ao conteúdo audiovisual. Considerando que são muitos os meios de compartilhamento de conteúdo através no universo digital, este trabalho partirá de um estudo de público-alvo para melhor identificação de qual será o meio digital ideal para atingir os objetivos aqui propostos, conforme se expõe a seguir.

## 1.2 OBJETIVO GERAL

Produzir conteúdo audiovisual a ser veiculado no meio digital, com o intuito de conscientizar a população sobre o impacto do uso de agrotóxicos na vida das abelhas e no meio ambiente, propondo, no material, possíveis ações a serem tomadas para reverter esse quadro.

### 1.2.1 Objetivos específicos

1. Identificar a plataforma ideal para o compartilhamento de conteúdo dentro do meio digital, através da pesquisa de público-alvo.
2. Identificar abordagens de intuítos correlatos, para aplicação, ou não, de suas linguagens, a fim de orientar o desenvolvimento do presente projeto.
3. Definir quais ferramentas do Instagram serão mais efetivas para o compartilhamento do projeto e quais configurações do material serão adequadas para a ferramenta escolhida.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

Segundo pesquisa feita por Coffee (2019), Motion Designer e produtor de conteúdo na empresa Rock Content, o uso de conteúdos audiovisuais, como vídeos, tem se tornado a principal ferramenta na busca por conhecimento, serviços e produtos. Esse estudo apontou também que quase 90% das pessoas que acessam a internet assistem a vídeos, e que a previsão para 2020 é um crescimento de 80% no conteúdo audiovisual.

Além dessa tendência exposta pelo estudo, os vídeos se destacam na praticidade ao veicular uma mensagem, principalmente se houver um conteúdo mais extenso. Hoje, a quantidade de informações a que as pessoas estão expostas é grande e o tempo disponível para absorção delas é curto. Assim, os vídeos são uma solução para uma boa comunicação através do meio digital, pois podem combinar imagens, textos e legendas, de maneira dinâmica.

Outro ponto positivo dos vídeos é o *storytelling*, ou seja, a



capacidade de criar uma narrativa, utilizando personagens, objetos, imagens e trilha sonora, a fim de gerar uma identificação do público com a mensagem que está sendo passada.

Segundo pesquisa feita por Souza e Dyson (2008), informações de alta complexidade e não-intuitivas são percebidas de maneira mais clara e confortável com o uso de elementos animados, ao invés de estáticos.

Levando em consideração essas vantagens na veiculação de conteúdo por meio do audiovisual<sup>1</sup>, essa será a maneira escolhida para veicular as informações através da rede social do Instagram.

Segundo Peters (2019), o consumo de conteúdo audiovisual através dos aparelhos celulares cresceu 223% desde 2013. Em 2016, mais de 50% do consumo desse tipo de conteúdo era feito através de aparelhos móveis. Além disso, sua pesquisa demonstrou que a visualização do conteúdo audiovisual quadrado, seguindo a proporção 1:1 nas imagens, tem um maior retorno em termos de visualizações, engajamento e taxa de término do vídeo. Isso se deve ao fato de que essa proporção se adequa melhor à visualização em aparelhos móveis.

#### 1.4 DELIMITAÇÃO DO PROJETO

Será tratado neste projeto apenas o problema ambiental do uso de agrotóxicos nas lavouras e o reflexo disso na vida das abelhas e no ambiente, apesar de reconhecer a existência de diversos outros problemas ambientais, sociais e culturais, relacionados ao Agronegócio.

Este projeto será restrito apenas a uma plataforma de compartilhamento, a qual será identificada na sequência deste trabalho. Objetiva-se, com isso, estabelecer um foco no desenvolvimento da

---

<sup>1</sup> O material desenvolvido neste projeto pode ser caracterizado, de forma mais específica, como Infográfico Animado, pois faz uso de elementos gráficos animados com intuito sintetizar informações mais densas e facilitar sua interpretação. Optou-se, porém, pelo uso do termo *audiovisual*, em todo o texto, por se tratar de um conceito mais amplo e que oferece uma flexibilidade na parte criativa, não limitando o desenvolvimento a este formato específico. A peça em questão, é composta não só de filmagens, mas também por animações, imagens, sons e outros elementos que compõem a esfera audiovisual.

proposta e no escopo do projeto, apesar de reconhecermos a importância e o potencial do uso de outras mídias em conjunto.

## 1.5 METODOLOGIA DE PESQUISA

Para alcançar os objetivos propostos, foi elaborada uma metodologia de pesquisa que se inicia com a descrição do público-alvo e suas principais necessidades, a fim de identificar qual plataforma irá atendê-las da maneira mais eficiente. Depois, foi feita uma pesquisa acerca da plataforma escolhida, a fim de identificar qual método de compartilhamento é mais adequado para o escopo deste projeto e quais são as configurações que o mesmo exige.

Além disso, foi feita uma pesquisa de conteúdos correlatos, a fim de auxiliar na tomada de algumas decisões, como uso ou não de elementos audiovisuais na obra, quais técnicas poderão ser empregadas, dentre outras decisões.

Definida a plataforma e feitas as pesquisas acima citadas, foi desenvolvida uma metodologia projetual, cujas etapas do desenvolvimento da peça audiovisual serão descritas posteriormente.

Por fim, foi desenvolvido, de fato, o produto, em formato de vídeo, seguindo cada etapa da metodologia projetual, para ser veiculado no meio digital.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

O público-alvo que este projeto visa alcançar são homens e mulheres jovens e adultos, ativos no meio digital, de idade entre 16 e 35 anos.

Esse projeto não será focado no público cuja faixa etária está abaixo da selecionada, pois são pessoas que ainda dependem de seus pais ou responsáveis para tudo, tendo pouco poder de ação, mesmo que possam entender a complexidade do tema. Também não foi definida, como foco principal, a faixa acima de 35 anos, pois, de maneira geral, são pessoas menos propensas à quebra de paradigmas, visto que já estão construindo seus pensamentos há mais tempo.

Contudo, essa seleção não exclui o fato de que tanto o público

mais jovem, quanto o mais velho possa se beneficiar com esse material. O recorte foi feito apenas para se estabelecer um foco e auxiliar na tomada de decisões, sobretudo aquelas relativas à plataforma de divulgação.

Para melhor visualização do público-alvo, serão desenvolvidos dois arquétipos, cada um representando uma segmentação do público. Os arquétipos, também conhecidos como personas, são generalizações do público-alvo e suas características, que auxiliarão na identificação das necessidades principais do público, suas ambições, projeções para o futuro, possíveis medos, estilo de vida e comportamento, entre outros fatores.

Segue abaixo, nas Figuras 1 e 2, as descrições de cada uma das personas desenvolvidas.

Figura 1 - Persona 1: Gabriela

### **Persona 1: Gabriela**

Gabriela tem 18 anos, mora em São Paulo e acabou de ingressar em um curso superior de Engenharia química. Gosta de sair com seus amigos para fazer trilhas e visitar lugares novos, longe da cidade. Ela ama a natureza e sonha em, um dia, morar longe da cidade, onde possa ter mais contato com os animais e as plantas.

Passa grande parte do tempo usando seu smartphone, principalmente para usar as redes sociais. Sua rede preferida é o Instagram. Lá, interage com seus amigos e compartilha sua vida e seus interesses.

Ela se preocupa com sua saúde e tem uma dieta restrita vegetariana. Decisão influenciada por vídeos que assistiu no Instagram, que promoviam os benefícios dessa dieta e seus benefícios.

Gabriela lê sobre muitos temas, dentro e fora das redes sociais, que a fazem questionar suas verdades, que lhe foram passadas por seus pais e avós. Ela sente que seu curso de engenharia química não a representa como ser humano, e está na busca para encontrar sua essência interna, sua missão como ser. Ela se sente muito bem quando consegue fazer algo que a aproxime da natureza ou quando atua em prol da proteção do meio ambiente.



Fontes do texto: O autor; Fonte da imagem: Freepik

Figura 2 - Persona 2: Marcos

## Persona 2: Marcos

Marcos tem 33 anos e é vendedor de seguros de vida. Dedicava várias horas de seu dia ao trabalho. Em sua atividade, analisa muitos fatores de seus clientes, como estilo de vida, renda e ocupações, entre outros, para conseguir oferecer-lhes o melhor produto para atender às suas necessidades.



Ele utiliza as redes sociais como meio de entretenimento pessoal, mas, principalmente, para se conectar com seus clientes. Dentre as redes, a que mais tem lhe dado retorno é o Instagram, por conter grande parte de seu público-alvo, que são jovens-adultos.

Recentemente, recebeu a notícia de que sua esposa está grávida e estão muito contentes com o fato. Marcos, apesar de estar muito feliz com a notícia, começou a se questionar, como fazia com seus clientes, sobre seu estilo de vida e hábitos, pois quer dar o melhor exemplo possível a seu futuro filho.

Como pesquisa muito em sua profissão, para atender às necessidades de seus clientes, fez o mesmo para si e sua vida, e descobriu muitas coisas que não estavam certas, como a quantidade de lixo que gera para o planeta; sua alimentação, que provém de um sistema que está destruindo a terra; sua moradia, que gerou um impacto enorme no planeta para existir, dentre outros fatores que têm pesado em sua consciência. A fim de aliviar esse peso, Marcos está buscando por alternativas a todos esses fatores que ele identificou e que precisam ser mudados.

**Principais necessidades:** Dar um exemplo bom a seus futuros filhos e garantir que eles tenham o direito de viver em um planeta saudável

Fontes do texto: O autor; Fonte da imagem: Freepik

## 2.2 IDENTIFICAÇÃO DA PLATAFORMA DE COMPARTILHAMENTO

Segundo Simon Kemp (2018), o Brasil está em terceiro lugar no mundo quanto ao tempo de uso de internet por dia, com 9 horas e 14 minutos, perdendo apenas para Tailândia (9h38min) e Filipinas (9h29min). Outro dado que chama a atenção, levantado por essa pesquisa, é que 3,1 bilhões de pessoas são usuárias ativas das redes sociais. Esse número representa 42% da população mundial.

Ou seja, o uso das redes sociais para veículo de informações, hoje, é de grande relevância. Dentre as redes sociais atuais, uma das que mais tem crescido é o Instagram. Segundo Latiff e Safiee (2015), o Instagram alcançou 1 milhão de seguidores nos primeiros dois meses de existência, e hoje é uma das maiores redes sociais no mundo. Segundo Constine (2018), a plataforma alcançou a marca de 1 bilhão de seguidores mensais em 2018, tendo crescido sua audiência 10 vezes em 5 anos. São 500 milhões de usuários utilizando a plataforma todos os dias.

Uma pesquisa feita por Buryan (2018) mostrou que o Instagram é a plataforma que apresenta maior engajamento dos usuários com as marcas. Esse fator é medido pela quantidade de curtidas, comentários e compartilhamentos do conteúdo. Os dados dessa pesquisa apontam que esse engajamento supera a plataforma do Facebook em 4 vezes.

Por último, a pesquisa de maior relevância para esse projeto, feita por Mohsin (2019), publicada no blog Oberlo, mostra que 71% de um bilhão de usuários ativos no Instagram tem idade abaixo de 35 anos. A faixa etária mais recorrente é 25-34 anos, seguida pelas: pessoas entre 18 e 24 anos.

If your target market consists of young adults, you know that Instagram is the right place for you to be. (MOHSIN, 2019)

Tendo em vista o potencial do Instagram nos dias atuais e o público-alvo selecionado para o projeto, que é exatamente aquele de usuários ativos no Instagram, optou-se pelo uso dessa plataforma como meio de compartilhamento do conteúdo a ser produzido.

### **3 PESQUISA DE PRODUÇÕES ANÁLOGAS**

Foram levantadas e analisadas algumas referências visuais e de conteúdo, para embasar e direcionar o desenvolvimento do presente projeto. Elas foram selecionadas pela segmentação, por terem o conteúdo aderente à temática da conscientização ambiental e sustentabilidade, e não pelo posicionamento em uma mídia ou outra, apesar de haver materiais cuja mídia é a mesma deste projeto. Portanto, essa pesquisa de produções análogas buscou, principalmente, referências

visuais e serviu como fonte de inspiração.

### 3.1 STEVE CUTTS

#### 3.1.1 Descrição

Steve Cutts é um ilustrador e animador inglês. A maioria de seus trabalhos são sátiras ao comportamento humano na sociedade moderna. Suas maiores referências visuais são de cartoons dos anos 1930-40, mas também inclui em suas obras referências de cartoons modernos.

Essa referência foi selecionada pela estética visual e também pela semelhança ao tema conscientização acerca de um problema ambiental.

#### 3.1.2 Linguagem visual

A linguagem visual empregada por Steve Cutts varia de acordo com a temática. Como a maioria dos vídeos são sátiras e exposições de problemas sociais graves, a linguagem costuma ser mais grotesca, de expressões exageradas, valores mais escuros, cores menos saturadas e uso de texturas.

Porém, como referência desse projeto, foi selecionado o vídeo “Where is the water?”, que tem uma estética mais lúdica, mesmo se tratando de um tema grave, como o mal uso da água. Como mostra a Figura 3, as cores utilizadas nesse trabalho são sólidas e mais saturadas; as sombras são duras e é recorrente o uso de texturas; as formas são bem delimitadas e não é recorrente o uso de contorno, aparentando um aspecto mais vetorial.

Os softwares que são utilizados para o desenvolvimento dessas peças, segundo o próprio autor, são o Adobe After effects, o Adobe Photoshop, o Adobe Flash e o Cinema 4D.

Figura 3 - Captura de tela do vídeo “Where is the water?”



Fonte: <http://www.stevcutts.com/animation.html>

### 3.1.3 Visibilidade

Segundo dados da plataforma Youtube, o canal Steve Cutts tem 650 mil inscritos e mais de 64 milhões de visualizações em todos os seus vídeos.

## 3.2 CRISTÓBAL VILA

### 3.2.1 Descrição

Cristóbal Vila é Designer gráfico, Ilustrador, Animador 3D e produtor audiovisual. Nascido em Barcelona, na Espanha, onde vive e trabalha em seu estúdio de animação 3D, o Etérea Studio. Inspirados em obras de arquitetura, seus trabalhos são, em sua maioria, animações 3D realistas de suas obras preferidas.

Essa referência foi selecionada, principalmente, pelo conteúdo da obra, pois se trata da natureza e de como ela se organiza de uma maneira matematicamente perfeita.

### 3.2.2 Linguagem Visual

A linguagem visual utilizada por Cristóbal Vila é de imagens realistas geradas por softwares 3D, como o cinema 4D e o Modo. Ele também mescla alguns elementos 2D ao gráfico realista, normalmente com geometrias, para demonstrar a construção de uma arquitetura complexa, como mostra a Figura 4, ou de um elemento da natureza, como na Figura 5.

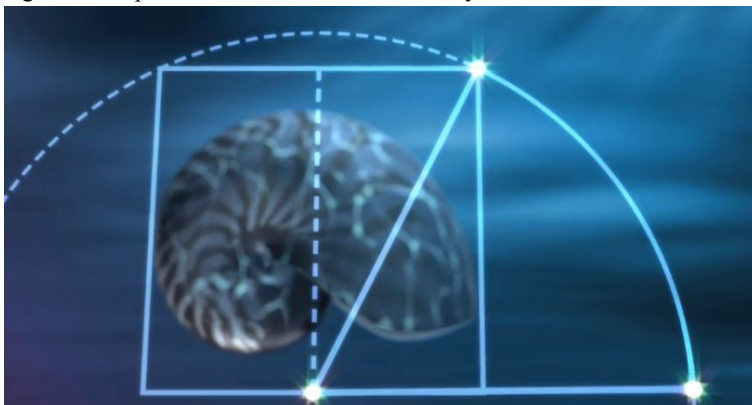
Figura 4 - Captura de tela do vídeo “Infinite Patterns”



Fonte: <https://vimeo.com/eterea>



Figura 5 - Captura de tela do vídeo “Nature by numbers”



Fonte: <https://vimeo.com/eterea>

### 3.2.3 Visibilidade

Seu canal no YouTube possui 12 mil inscritos e seu total de visualizações é de 6,5 milhões de pessoas, na soma de todos os seus vídeos.

## 3.3 VIDEO AGROFLORESTA FAMILIAR

### 3.3.1 Descrição

O vídeo “Agrofloresta Familiar” se encontra na plataforma do YouTube, através do canal de Edilson Saraiva, que é o protagonista da obra. Os desenvolvedores do conteúdo, porém, não se identificaram.

Esse vídeo trata de uma exposição de um SAF (Sistema Agroflorestal), através de filmagens e de elementos gráficos. O Sistema Agroflorestal é uma das alternativas de produção de alimentos em larga escala, frente à monocultura (Sistema de plantio de apenas uma espécie).

Esse vídeo foi selecionado tanto pelo tema, quanto pelo estilo dos elementos gráficos e suas interações com as filmagens.

### 3.3.2 Linguagem Visual

Esse trabalho foi feito a base de filmagens reais. Junto a elas, foram adicionados elementos gráficos para demonstrar alguns fatores de

maneira mais clara, para gerar melhor entendimento. Na Figura 6, por exemplo, foi adicionado um gráfico à filmagem identificando as linhas das espécies plantadas e também o Sistema Agroflorestal mostrado.

Outro exemplo da funcionalidade dos elementos gráficos da filmagem está na Figura 7, onde há um texto e uma ilustração identificando a espécie vegetal que estava sendo tratada no vídeo.

Figura 6 - Captura de tela do vídeo “Agrofloresta Familiar - Edison Saraiva”



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=f18LLFgcWt8>

Figura 7 - Captura de tela do vídeo: “Agrofloresta Familiar - Edison Saraiva”



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=f18LLFgcWt8>

Os elementos de interação com a filmagem acompanham os

movimentos de rotação e translação da câmera, aumentando a sensação de interação dos elementos gráficos com os reais.

### **3.3.3 Visibilidade**

Esse vídeo tem 18 mil visualizações e é o único que há no canal de Edison Saraiva, protagonista do vídeo e quem o publicou.

## **3.4 WORLD WILDLIFE**

### **3.4.1 Descrição**

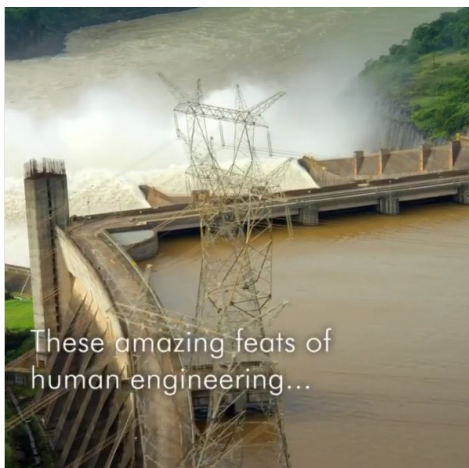
World Wild Life é uma organização não governamental com intuito de preservação ambiental. Sua sede é em Washington, porém seu campo de atuação é global, graças às ações divulgadas no meio virtual. Neste canal, são divulgados fatos reais que estão ocorrendo ao redor do mundo, tanto para chamar a atenção sobre algum problema atual, quanto para divulgar uma boa ação em prol do meio ambiente.

Essa referência foi selecionada pelo conteúdo que é divulgado neste canal, com foco na preservação ambiental, e também pelo posicionamento dentro da plataforma do Instagram.

### **3.4.2 Linguagem Visual**

Suas publicações são, em sua maioria, fotos e filmagens reais de paisagens ou animais. Também são encontradas animações simples de texto sobre as filmagens, como mostra a Figura 8.

Figura 8 - Captura de tela do vídeo: World Wildlife, no Instagram.



Fonte: <https://www.instagram.com/p/B2hl9t6FUnW/?igshid=1a2l208f6uyra>

### **3.4.3 Visibilidade**

A ONG possui mais de três milhões de seguidores na plataforma do Instagram.

## **3.5 OUR CHANGING CLIMATE**

### **3.5.1 Descrição**

Our Changing Climate é um canal na plataforma do YouTube, que produz vídeos semanais com intuito de investigar as relações humanas com o meio natural. São levantadas questões como: “Qual a maneira mais sustentável para se viajar?” ou “Por que o solo é importante?”. Para fim desta análise, foi selecionado o vídeo: “What is Permaculture (And why should we care?)”.

Essa referência foi escolhida pelo tema do conteúdo que é divulgado por este canal, por levantar questões sobre a sustentabilidade e a relação do ser humano com o meio ambiente.

### **3.5.2 Linguagem Visual**

A Linguagem Visual utilizada na maioria dos vídeos é composta por filmagens, efeitos de câmera e composição de outros

elementos gráficos, como bitmaps, ilustrações e textos. Na Figura 9, há um exemplo de composição entre uma filmagem, uma ilustração e um texto.

Figura 9 - Captura de tela do vídeo “What is Permaculture (And why should we care?)”



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=QXTXNSWOAqQ>

### 3.5.3 Visibilidade

Inscrito no Youtube desde 2016, este Canal tem quase nove milhões de visualizações e 200 mil inscritos.

## 3.6 UNI PERMACULTURA

### 3.6.1 Descrição

Uni Permacultura é uma universidade de ensino à distância de Permacultura. Seu canal no Instagram possui diversos materiais de divulgação desse conhecimento. Para este documento, será analisada uma de suas publicações, cuja fonte está descrita na Figura 10.

Essa referência foi selecionada pelo tema do conteúdo, sobre a importância dos organismos vivos, e pelo posicionamento dentro da plataforma do Instagram.

Figura 10 - Captura de tela da publicação da página da Uni Permacultura, no Instagram

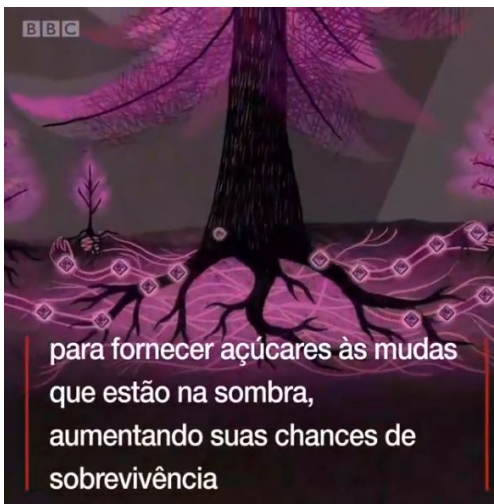


Fonte: <https://www.instagram.com/p/B3AiLLcHtmn/?igshid=15krr1aibgk0>

### 3.6.2 Linguagem Visual

O estilo visual dessa referência é composto, prioritariamente, por ilustrações e animações 2D. As ilustrações têm caráter lúdico, devido às suas cores saturadas, efeitos de brilho e formas menos definidas, como mostrado na Figura 11. Há também o uso de textura, e as formas não contêm contorno. As animações são uma mescla de técnicas clássicas, frame-a-frame e digital com interpolação.

Figura 11: Captura de tela (2) da publicação da página da Uni Permacultura, no Instagram



Fonte: <https://www.instagram.com/p/B3AiLLcHtmn/?igshid=15krr1aibgk0>

### 3.6.3 Visibilidade

O canal no Instagram da Uni Permacultura tem quase 15 mil seguidores e possui cerca de 700 publicações.

## 3.7 SÍNTESE DAS REFERÊNCIAS

Para sintetizar a análise das referências selecionadas, foi desenvolvido um quadro com alguns padrões de elementos audiovisuais presentes nas obras. Foram listados apenas os elementos que estiveram presentes em, pelo menos, duas referências selecionadas. Aqueles que aparecerem em apenas uma delas, foram desconsiderados.

Quadro 1 - Análise de padrões de elementos audiovisuais

padrões referências	Locução	Texto	Música de fundo	Animação 2D	Animação 3D	Filmagem	Ilustração	Animação de personagens	Legenda
2.1 Steve Cutts "Where is Whater?"	X	X	X	X	X		X	X	X
2.2 Cristóbal Vila "Nature by numbers"			X	X	X		X	X	
2.3 Agrofloresta Familiar	X	X	X			X	X		X
2.4 World Wild Life Post Instagram		X	X			X			X
2.5 Our Changing Climate "What is Permaculture".	X	X	X	X		X	X		X
2.6 Unipermacultura Post Instagram		X	X	X			X	X	X

Fonte: O autor

Este quadro demonstra que todas as referências possuem música de fundo, 5 delas possuem ilustrações, elementos de textos e legendas, 4 delas possuem animações 2D, 3 delas possuem locução, filmagens e animação de personagens, e apenas 2 delas possuem animações em 3D.

Os resultados desse quadro servirão como guia na tomada de algumas decisões do uso ou não de um elemento audiovisual, com base nas incidências dos mesmos.

#### 4 PESQUISA DA PLATAFORMA DO INSTAGRAM

Para melhor entendimento das principais funcionalidades do aplicativo Instagram, foram realizadas duas pesquisas, uma delas documental e outra empírica. A pesquisa documental se deu, inicialmente, pela busca de livros e artigos científicos sobre o tema "Instagram", no entanto, dado que as funcionalidades da plataforma mudam rapidamente, não foram encontrados documentos de caráter científico que descrevessem a plataforma em seu estado atual. Assim, os documentos encontrados para análise são, em sua maioria, estudos de caso e heurísticas publicadas por empresas e profissionais que trabalham com marketing digital. Já a pesquisa empírica consiste da experiência do autor deste trabalho em utilizar o aplicativo de modo sistemático, explorando e relatando todas suas funcionalidades. Ambas as pesquisas foram realizadas no período compreendido entre fevereiro e março de 2020.

Os resultados das pesquisas documental e empírica são



apresentados de modo conjunto, nas próximas seções. Por motivos organizacionais, esses resultados foram divididos em três grandes tópicos: *Feed* de Notícias, *Stories* e IGTV; que são os principais modos de compartilhamento de conteúdo pelo Instagram. Cada uma dessas seções é, então, dividida nos seguintes subtópicos: possibilidades de compartilhamento de conteúdo; tamanhos e proporções do conteúdo; e as ferramentas de edição e o funcionamento de forma geral.

Este estudo tem como limitações o período em que foi feito e a falta de corroboração de dados estatísticos, uma vez que as experiências e heurísticas apresentadas quase sempre fundamentam-se em alguns casos específicos.

## 4.1 FEED DE NOTÍCIAS

O *Feed* de notícias é uma função do aplicativo, que permite ao usuário interagir com os demais usuários da rede. Após o *login*, a tela inicial do aplicativo mostrará o *Feed* de notícias, onde o usuário poderá curtir, comentar ou compartilhar o conteúdo que aparecerá em sua tela. Segundo Costa (2018), inicialmente a sequência de imagens e vídeos que aparecem na tela do aplicativo vinha em ordem cronológica. Hoje, o algoritmo do aplicativo leva em consideração outros fatores para organização do conteúdo que será exposto na tela do usuário. São eles: suas interações do passado, a data de postagem do conteúdo, sua proximidade com o autor da publicação, a frequência com que você usa o aplicativo e o tempo de uso do aplicativo pelo usuário.

### 4.1.1 Compartilhamento de conteúdo

No *Feed* de notícias, pode ser feito o compartilhamento de imagens, a partir da galeria do dispositivo, ou pode haver captura diretamente dentro do aplicativo, com sua função de câmera. Há a possibilidade de compartilhamento de uma só imagem, de uma sequência de até 10 imagens em uma mesma postagem ou de um vídeo de até um minuto de duração e tempo mínimo de três segundos.

### 4.1.2 Tamanhos e proporções

Segundo Vassalo (2012), inicialmente, o aplicativo permitia apenas fotos no formato quadrado, para fazer a conexão com as Polaroids, que imprimiam suas imagens nesse formato. Hoje, para aumentar as possibilidades de compartilhamento, o conteúdo que será divulgado pode ser tanto quadrado quanto retangular.

Para o formato quadrado (1:1), o tamanho mínimo de imagens e vídeos a serem publicados é de 600 x 600, e o tamanho recomendado é de 1080 x 1080 pixels.

Segundo pesquisa feita por Moreira (2018), no formato retangular, o conteúdo poderá ser orientado como paisagem (horizontal) ou retrato (vertical). No formato horizontal, são aceitas duas proporções: 1,91:1 e 16:9, sendo a última o comum visto na TV e no cinema. Para a proporção 1,91:1, o tamanho mínimo aceito é de 600 x 315 pixels e o recomendado é de 1800 x 945 pixels. Já para a proporção de 16:9, o mínimo para imagens e vídeos é de 600 x 480 e o recomendado é de 1920 x 1080 pixels. Para o formato vertical, a proporção de imagens e vídeos a serem divulgados é de 4:5. O tamanho mínimo para esse formato é de 480 x 600 e o recomendado é de 1080 x 1350 pixels.

#### **4.1.3 Edição de conteúdo**

Após apertar o botão do disparo, ou após a seleção da foto a partir da galeria do aparelho, o aplicativo direciona para uma seção de edição, na qual o usuário poderá usar filtros pré-existentes ou criar sua própria edição manualmente. São 13 parâmetros editáveis: ajuste de enquadramento, brilho, contraste, estrutura, temperatura, saturação, cor, intensidade de cor, highlights, sombras, vinheta escura, vinheta com desfoque e definição. Esses parâmetros são muito úteis para fazer uma edição básica e resolvem grande parte das necessidades na hora de editar seu conteúdo.

#### **4.1.4 Marcações de pessoas e locais**

Finalizadas as edições, o aplicativo direciona o usuário a uma última tela na qual existem mais alguns campos para preenchimento. O primeiro deles é o de descrição, onde há uma caixa de texto para que o usuário escreva algo sobre o conteúdo que será divulgado.

Depois, poderão ser feitas marcações de pessoas. Essas

marcações irão criar links que, ao serem clicados, direcionarão o usuário ao perfil marcado.

O usuário também poderá adicionar uma localização onde a imagem tenha sido feita, que, ao ser clicada, irá direcionar o usuário ao mapa do local, pelo Google Maps.

Há a opção de divulgação automática em outras redes sociais vinculadas ao Instagram, que são: Facebook, Twitter e Tumblr.

Há, também, uma forma de classificar e conectar o conteúdo divulgado a páginas e perfis, através das *Hashtags*. As hashtags são como links, representadas pelo símbolo “#”, que ao serem clicadas, direcionam o usuário para uma página onde é reunido todo o conteúdo que contém essa *Hashtag*. Elas podem ser usadas tanto no *Feed* de notícias, quanto no *Stories*, ou no IGTV. A *Hashtag* é uma ferramenta muito importante, pois, se usada corretamente, pode aumentar bastante o alcance do conteúdo que foi divulgado. É preciso saber exatamente o nicho ao qual pertence o conteúdo e relacioná-lo à páginas relacionadas a ele. O limite de *Hashtags* a serem utilizadas é de 30.

Com as atualizações de usabilidade e popularização do Instagram, a quantidade de usuários ficou cada vez maior. Logo, o uso das hashtags tornou-se uma ferramenta primordial no contexto do aplicativo. (DEMEZIO 2016)

Também é possível buscar pelas *Hashtags* dentro do aplicativo, onde o usuário encontrará conteúdos que foram postados com aquela *tag* específica.

## 4.2 *STORIES*

O Instagram *Stories* é um recurso que permite ao usuário divulgar imagens e vídeos curtos de 3 a 15 segundos, que poderão ser visualizados por um tempo limite de 24 horas após sua publicação. O conteúdo poderá ser capturado pela câmera dentro do aplicativo, ou importado pela galeria, assim como no *Feed* de notícias. Segundo os criadores, a proposta do *Stories* é que o usuário publique conteúdos informais de seu cotidiano de maneira mais espontânea, diferente do *Feed* de notícias, que seria algo mais planejado e permanente.

Outra ferramenta útil é o chamado CTA (*Call to action*), conhecido popularmente como “arraste para cima”. Essa função permite que o usuário, ao arrastar a tela pra cima, seja direcionado a uma página específica, um site, um perfil, ou alguma outra publicação. Dessa forma, o usuário poderá direcionar o público a mais informações sobre seu produto, ou à página de compra, por exemplo.

Dentro da função *Stories*, também há a possibilidade de iniciar uma transmissão ao vivo. Essa opção permite uma interação em tempo real com o público, possibilitando comentar, curtir e enviar figuras durante a transmissão. Após a finalização, o usuário poderá disponibilizar sua transmissão para visualização, durante as próximas 24 horas.

#### **4.2.1 Edição do conteúdo**

O usuário pode adicionar emojis, desenhos, stickers, textos, podendo ainda criar enquetes, marcar pessoas, adicionar uma contagem regressiva, hashtags, filtros entre outras. São diversas as possibilidades de interação dentro dessa função.

#### **4.2.2 Tamanhos e proporções do conteúdo**

A proporção recomendada para o Instagram *Stories* é de 9:16 (formato vertical ou retrato), pois é a dimensão média dos smartphones atuais. Contudo, existem outros aparelhos em que poderão ser visualizados os conteúdos, como tablets e telas de computadores para o Instagram web. Portanto, é recomendada a centralização do material para evitar que o conteúdo seja cortado em algum dos diferentes aparelhos. Caso o usuário necessite divulgar em formato paisagem, o horizontal, ele tem a possibilidade de girar e dar zoom na imagem. O tamanho recomendado das imagens a serem postadas no *Stories* é de 1080 x 1920 pixels.

#### **4.2.3 Destaques**

A funcionalidade Destaques do Instagram *Stories* é uma

maneira de personalizar e organizar em álbuns o conteúdo que foi divulgado em seu *Stories*. Essa ferramenta permite você deixar disponível o conteúdo do seu *Stories* permanentemente. Esse recurso é muito utilizado no caso de perfis comerciais, visando deixar disponível a história da marca para que seu público tenha acesso a ela a qualquer momento, sendo também útil para organizar seus produtos por categorias e deixá-los à mostra, ou visíveis eventos próximos.

### 4.3 IGTV

O IGTV é um recurso lançado pelo Instagram, em junho de 2018. Além de ser uma funcionalidade dentro do aplicativo, ele também pode ser baixado separadamente. O objetivo principal desta ferramenta é o compartilhamento de vídeos de longa duração. Para novos usuários, o limite máximo é de 15 minutos de upload pelo celular e 60 minutos pela web. O mínimo é de 1 minuto pelo celular ou pela web.

Além disso, os arquivos devem estar no formato .mp4, ter uma taxa de quadros com mínimo de 30 FPS, e uma resolução mínima de 720 pixels. Quanto ao tamanho, para um vídeo de 10 minutos, o aceito é 650MB. Para um vídeo de 60 minutos, o tamanho máximo aceito é de 3,6GB. O Codec recomendado é H.264 (Vídeo) e AAC (Audio).

Nessa modalidade, é permitido o compartilhamento e o armazenamento de conteúdos de longa duração. Segundo Lucas Amaral (2018), o IGTV é indicado para o compartilhamento de entrevistas, tutoriais, demonstração de produtos, vídeos institucionais e conteúdos mais extensos que demandam maior duração.

Além disso, o IGTV permite a visualização de uma prévia do vídeo no *Feed* de notícias. Essa prévia mostra os primeiros segundos do vídeo e depois direciona para o IGTV ao clicar.

Nessa sessão de vídeos do Instagram, são permitidos o uso de links para direcionar o espectador para fora da plataforma, para vender um produto ou serviço, ou no caso desse projeto, divulgar conhecimento com objetivo de conscientização.

#### 4.3.1 Tamanhos e proporções

O IGTV aceita vídeos em até 4K, ou seja: 4000 x 2000 pixels. A resolução recomendada para postagem no IGTV, porém, é em

FULLHD, ou seja: 1920 x 1080 pixels, na horizontal, ou 1080 x 1920, na vertical. As proporções são, respectivamente, 16:9 e 9:16.

Na prévia do vídeo no Feed de notícias, o vídeo é cortado sob as proporções de 4:5. Ou seja, nos primeiros segundos, durante a prévia, o conteúdo deverá ser posicionado respeitando as proporções de 4:5, para que não sejam cortadas. No caso da escolha de uma resolução de 1080 x 1920, a prévia terá 1080:1350 (terá uma altura menor).

É recomendado, porém, posicionar os elementos principais dentro das proporções de 4:5 durante todo o vídeo, pois os aparelhos de celular diferem-se nas proporções de suas telas e assim se garante que o conteúdo não seja cortado.

### 4.3.2 Funcionamento

Para divulgar na sessão IGTV, o usuário tem que criar um canal, usando os próprios dados do Instagram. Neste canal, os vídeos de longa duração serão armazenados pelo aplicativo e estarão disponíveis ao público. O usuário pode buscar por novos canais, seguir os canais que tem interesse, ver os canais populares no momento e também os que são recomendados para ele. O vídeo publicado também pode ser compartilhado pelo Facebook vinculado à conta do Instagram.

## 4.4 SÍNTESE DA PESQUISA DO INSTAGRAM

Na sessão *Stories*, o limite de duração é de 15 segundos. Além disso, desaparecem em 24h, a não ser que seja salvo nos destaques. Pesquisando sobre essa função dentro da plataforma, pode-se observar que o tipo de conteúdo compartilhado nela é mais informal. Segundo Conversion (2019), essa função é bastante usada para chamar os usuários para interagirem em seus *Feeds* de notícias, para gerar mais interações em suas páginas. Também é usada para exibição de *Making of* de algum produto que será publicado posteriormente de maneira oficial pelo *Feed* de notícias, IGTV, ou até em locais externos à plataforma.

O *Feed* de notícias, por sua vez, permite vídeos de no máximo 1 minuto de duração. Segundo Lucas Amaral (2018), agência de marketing digital norte-americana, o consumo de conteúdo através do *Feed* de notícias é considerado rápido, e para garantir maior

engajamento, é indicado vídeos de até 30 segundos. Ou seja, essa função é indicada para passar mensagens mais curtas e de forma mais concisa, para garantir eficiência na comunicação com o público.

No IGTV são aceitos vídeos de 1 minuto ou mais, ou seja, conteúdos mais extensos que demandam tempo do espectador, como entrevistas, tutoriais, demonstração de produtos e vídeos institucionais mais complexos. Além dessa modalidade permitir uma prévia dentro do *Feed*, ela permite o uso de links direcionais para divulgar conteúdos fora da plataforma. Isso é um fator importante para esse projeto, pois serão sugeridas soluções para um problema, as quais podem estar linkadas com conteúdos reais, para o conhecimento chegue ao espectador de forma efetiva.

Tendo em vista essas informações, tanto o *Feed* de notícias quando o IGTV se enquadram como possíveis ferramentas de compartilhamento. Não é possível ainda definir qual delas, pela indefinição do tempo final da peça. Contudo, já é possível definir quais configurações de vídeos serão utilizadas.

#### 4.5 DEFINIÇÃO DAS CONFIGURAÇÕES DO ARQUIVO

Segundo pesquisa feita por Peters (2019), citada anteriormente no projeto, as proporções quadradas, ou verticais, tem se sobressaído às horizontais, devido ao crescente consumo de conteúdo pelos celulares e à comodidade dessa orientação para visualização.

Como visto na pesquisa da plataforma do Instagram, as proporções ideais para compartilhamento pelo IGTV, na vertical, são 9:16, e a prévia que será mostrada no *Feed* de notícias segue as proporções de 4:5 (que são as proporções ideais para essa ferramenta). Assim, foi definido que o arquivo seguirá as proporções de 9:16 (na vertical), e os elementos principais, como textos e ilustrações, serão posicionados dentro das proporções 4:5, para contemplar ambas as ferramentas.

As demais configurações, como codecs, resolução, FPS e formato, são as mesmas recomendadas para as duas ferramentas.

Por fim, segue abaixo as configurações finais do arquivo.

##### 4.5.1 Configurações da peça audiovisual

**Proporção:** 9:16 (Vertical)  
**Resolução:** 720 x 1280 pixels (720p, HD)  
**Taxa de quadros:** 30 FPS  
**Codec Vídeo:** H.264  
**Codec Áudio:** AAC  
**Formato de saída:** MP4

## **5 METODOLOGIA PROJETUAL**

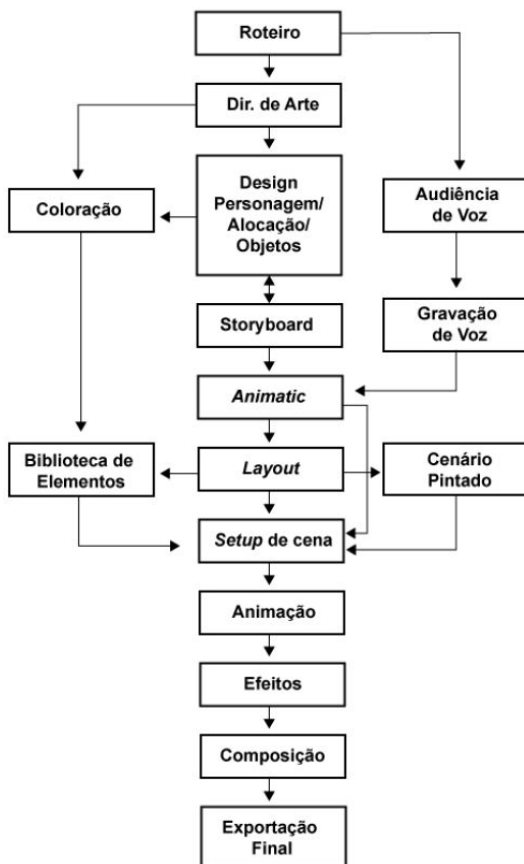
A metodologia que será utilizada para esse projeto é uma adaptação de um processo descrito por Catherine Winder e Zahra Dowlatabadi, no livro *Producing Animation*. Essa metodologia foi desenvolvida para produções de séries de animações 2D ou longa-metragens, onde há uma produção linear, ou seja, uma etapa é crucial para o desenvolvimento da próxima.

Essa linha de produção é dividida em 4 etapas principais: 1. Desenvolvimento; 2. Pré-produção; 3. Produção; e 4. Pós-produção. A ideia desse processo é criar uma base sólida no início do projeto, para que não haja alterações em etapas de grande complexidade, evitando, assim, grandes alterações que poderiam atrasar o desenvolvimento.

O Quadro 2 ilustra o processo linear de produção proposto por Winder e Dowlatabadi:



Quadro 2 - Processo linear de produção de animação 2D



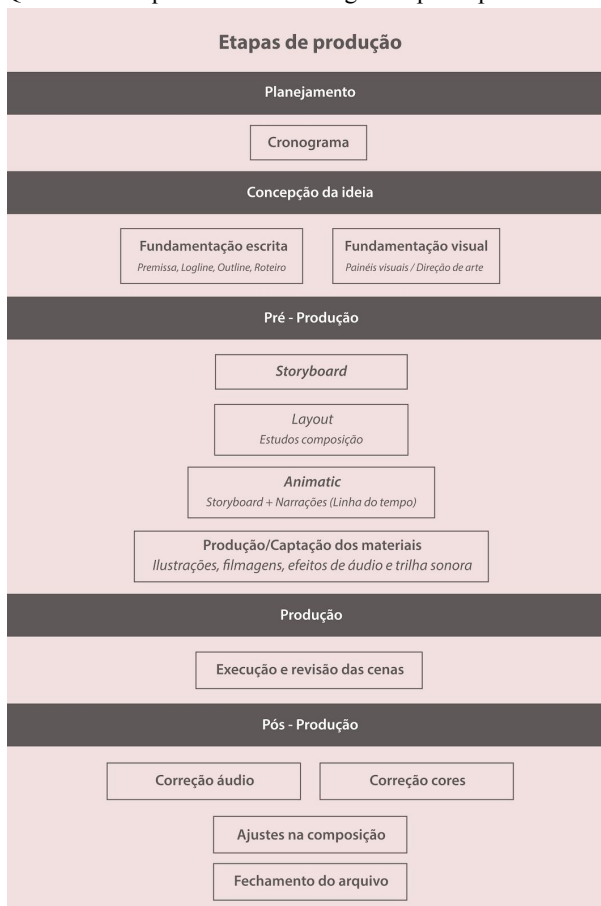
Fonte: *Producing Animation* - Winder e Dowlatabadi

O projeto aqui proposto é uma produção individual, de curta-duração, e não será composto apenas por animações, podendo haver outros elementos visuais. Portanto, são necessárias adaptações em

cada etapa, a fim de otimizar o processo e viabilizar a produção. Também serão utilizados como referência dois outros Projetos de Conclusão de Curso, Vieira (2018) e Schmitz (2017), por seguirem a mesma metodologia, terem propostas e o contexto semelhantes.

O Quadro 3 apresenta uma visualização das adaptações feitas pelo autor em cada etapa.

Quadro 3 - Esquema da metodologia adaptada pelo autor



Fonte: O autor

## 5.1 PLANEJAMENTO

No início do projeto, será feito um planejamento, composto por

um cronograma, onde estarão descritas, em um quadro, as etapas do desenvolvimento e os prazos para a execução de cada uma delas.

## 5.2 CONCEPÇÃO DA IDEIA

Nesta etapa, será construída a base da obra, por meio da produção ou captação de materiais escritos e visuais que começam a dar corpo ao projeto. Abaixo serão descritos em detalhes os processos de fundamentação escrita e visual.

### 5.2.1 Fundamentação escrita

A fundamentação escrita inicia-se com uma descrição sucinta da história, de um parágrafo ou dois, chamada de premissa. Nela, serão descritos o problema ou a situação de conflito, os possíveis personagens envolvidos e as soluções para o problema. A premissa é equivalente à sinopse de um filme. Feita a premissa, ela será reduzida a apenas um parágrafo, ou seja, deverá transmitir a mensagem da maneira mais sucinta possível. Esse resumo da história é chamado, pelas desenvolvedoras da metodologia, de *Logline*. Na sequência, será feita a produção do chamado *Outline*, que é a descrição mais detalhada da história. Ele servirá como base para o desenvolvimento do roteiro, o qual já terá descrições de enquadramentos, cenários, diálogos e ações. Juntamente com o roteiro, ocorrerá a escrita da narrativa, que irá servir como base para determinar o tempo das transições das cenas e das animações.

De uma etapa para a outra, poderão ocorrer pequenas mudanças, para não interromper o processo criativo, porém essas não poderão fugir da proposta inicial do projeto.

### 5.2.2 Fundamentação visual

Juntamente com a fundamentação escrita, serão desenvolvidos painéis visuais para auxiliar na identificação de um estilo visual da obra, definindo elementos, como cores, formas, estilo de traços, estilo de animação, entre outros. Essa pesquisa servirá como base para a definição de uma direção de arte a ser seguida. Concluída essa etapa de fundamentação escrita e visual, será iniciada a Pré-Produção, descrita na

seção a seguir.

### 5.3 PRÉ-PRODUÇÃO

Nesta etapa, serão produzidos os materiais que servirão como guias para a próxima etapa, de produção. Com o roteiro em mãos, será desenvolvido o *Storyboard*, depois serão feitos os estudos de *Layout* e por fim serão produzidos ou captados os materiais que o projeto demandar. Cada uma dessas etapas serão descritas com mais detalhes a seguir.

#### 5.3.1 *Storyboard*

O *Storyboard* é, basicamente, uma história em quadrinhos, que representa visualmente a história em ordem cronológica, baseado no roteiro previamente feito. Em cada quadro, serão posicionados os elementos que irão compor a cena, ou seja, já será o primeiro estudo de composição. Nesses quadros, também serão indicadas as animações que ocorrerão na cena, possíveis diálogos, o tempo de duração da cena, movimentações de câmera, efeitos de transição e o que mais for necessário para que o animador, na etapa subsequente, possa trabalhar com boa orientação. Essa técnica também é utilizada em longas-metragens, para orientar as filmagens e economizar tempo durante esse processo.

Para que haja fluidez e espontaneidade nesse processo, poderão ser feitas alterações no *Storyboard*, que permitem não seguir, na íntegra, o roteiro, porém deve-se respeitar a ordem cronológica dos fatos, para não perder trabalhos prévios.

#### 5.3.2 *Layout*

Nesta etapa, serão feitos estudos de composição das cenas que foram planejadas inicialmente no *Storyboard*. Ou seja, serão definidas as cores, as formas, as tipografias, as proporções de cada elemento e como tais elementos irão compor cada cena de maneira harmônica e coerente com as referências.

### **5.3.3 Animatic**

O *Animatic* é a reunião do storyboard e das narrações, em uma linha do tempo, para se ter uma ideia do *timing* geral do vídeo e do tempo de duração de cada cena individualmente. Isso auxiliará na etapa de animação. Esse processo gera uma primeira impressão de um conteúdo audiovisual e é útil, também, para a seleção da trilha-sonora e dos efeitos sonoros que farão parte da peça.

### **5.3.4 Produção e captação dos materiais**

Feito o *Layout*, serão produzidos ou captados os materiais que forem necessários para a produção de cada cena, como ilustrações, filmagens, efeitos de áudio e trilha sonora.

## **5.4 PRODUÇÃO**

Concluídas as etapas anteriores, pode-se iniciar a fase de produção. Neste momento, serão reunidos os materiais produzidos anteriormente dentro do programa de edição, respeitando as diretrizes definidas pelo estudo do *Layout* e da análise do *Storyboard*.

Cumpridas as demandas de cada cena, é feita uma revisão de cada uma delas para ver se estão condizentes com o planejamento, ou se há alguma falha.

## **5.5 PÓS-PRODUÇÃO**

Executadas e revisadas as cenas, elas serão reunidas em ordem cronológica, em um único arquivo. Feito isso, serão feitas as edições finais no projeto, como correção de cores e de áudios; inserção de efeitos de composição, para gerar unidade entre todas as cenas, de créditos finais, entre outras coisas, conforme necessidade do projeto.

Por fim, com a Pós-produção concluída, o arquivo pode seguir para exportação, conforme as especificações determinadas previamente.

## **6 DESENVOLVIMENTO**

Descritas todas as etapas do processo metodológico,

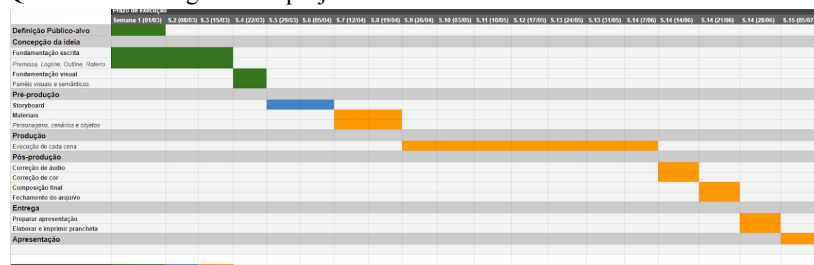
descreve-se, agora, o desenvolvimento do projeto com base nos objetivos propostos e seguindo cada etapa descrita anteriormente.

## 6.1 PLANEJAMENTO

### 6.1.1 Cronograma de projeto

As tarefas foram separadas por semana. Na tarja cinza escuro, na parte superior, estão listadas todas as semanas, iniciando em primeiro de março e indo até a primeira semana de julho. Abaixo foi feita uma legenda para o acompanhamento do processo. Essa tabela encontra-se atualizada através do link na legenda do Quadro 4.

Quadro 4 - Cronograma de projeto



Fonte: O autor. Endereço para acesso do cronograma:

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1fz1IQ77myMWdPz6g4L\\_ua9r8OEKYYK6r6QS8IQTD8cU/edit#gid=0](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1fz1IQ77myMWdPz6g4L_ua9r8OEKYYK6r6QS8IQTD8cU/edit#gid=0)

## 6.2 CONCEPÇÃO DA IDEIA

### 6.2.1 Fundamentação escrita

#### 6.2.1.1 Premissa

Os pesticidas utilizados na Agroindústria estão colocando em risco toda a vida no planeta, por meio da morte de milhões de abelhas. Essas, são responsáveis pela reprodução de grande parte das espécies vegetais, as quais são alimentos dos animais, como nós, seres humanos. O que fazer, porém, para reverter esse quadro? Primeiramente buscar conhecimento. É importante saber que o brasileiro não depende da Agroindústria para se alimentar e que ela, em sua atividade comercial,

está destruindo o meio ambiente. Outras medidas também podem ser tomadas para reverter esse quadro, como o conhecimento da Agroecologia, que é a produção de alimentos de maneira ecológica e sustentável; a criação de abelhas sem ferrão, ou abelhas Nativas; o plantio de flores onde for possível, dentre outras alternativas que podem auxiliar na luta pelas abelhas.

#### 6.2.1.2 *Log Line*

Os pesticidas estão acabando com a vida das abelhas e isso está colocando em risco a vida no planeta. No entanto, algumas mudanças podem reverter esse quadro.

#### 6.2.1.3 *Outline*

No contexto atual brasileiro, pesticidas estão sendo liberados em grandes números pelo atual governo. Esses pesticidas, utilizados na agroindústria, desde a década de 60, têm gerado a morte de milhões de abelhas. Essas, por sua vez, são os principais agentes polinizadores das florestas, sendo responsáveis pela reprodução de grande parte das espécies vegetais. Essas, servem de alimento para todos os animais, entre eles, os seres humanos. Ou seja, o agronegócio está comprometendo toda a cadeia alimentar e isso afeta toda a vida no planeta. A questão é, o que fazer para reverter essa situação?

Buscar conhecimento é a resposta. Não é necessária a indústria para alimentar toda a população, isso é um mito. Além disso, a Agroindústria hoje é voltada para exportação de produtos, conhecidos como *commodities*, e não para a produção de alimentos para a população brasileira, a qual é proveniente principalmente por pequenos e médios produtores.

Outras medidas também podem ser tomadas para ajudar na luta pelas abelhas:

1. Crie abelhas sem ferrão, ou Nativas
2. Cultive plantas que servem de alimento para as abelhas
3. Busque conhecimento

### 6.3.1.4 Roteiro

O roteiro foi composto, principalmente, do texto da narrativa, o qual servirá como base para o desenvolvimento das ações. Poderão ser sugeridas algumas ações para a produção da próxima etapa do *Storyboard*, porém o enfoque desta sessão é a parte escrita, pois a parte visual dependerá dos estudos de composição, da análise das referências e da disponibilidade do material a ser captado nas filmagens.

Sobre a estrutura do roteiro, como foi dito anteriormente, os primeiros 30 segundos do vídeo são essenciais para gerar engajamento. Então, optou-se por não começar pelo problema, pois pressupõem-se que as pessoas não se interessam em ver mais problemas. Portanto, será abordado inicialmente a importância do trabalho das abelhas. Depois, apresenta-se o problema e, por último, as soluções.

Segue abaixo o roteiro escrito:

**Cena 1:** **Narração:** Você sabia que quase 90% das flores precisam das abelhas para existir?

**Ação:** Gráfico pizza dentro de uma filmagem de flor sendo polinizada por uma abelha.

**Ação:** Fundo perde o foco

**Narração:** As flores produzem sementes e frutos que alimentam grande parte dos animais.

**Ação:** Ilustração de alimentos vão surgindo ao redor da flor e, ao redor deles, alguns animais.

**Narração:** Inclusive os seres humanos.

**Ação:** Aparece a ilustração de um ser humano, ao lado de outros animais.

- Escolher alimentos com dependência alta da polinização das



abelhas

**Cena 2:** **Narração:** Além disso, a maior parte das espécies vegetais dependem do trabalho das abelhas para existir!

Ação: Efeito radial revela ilustração de globo com árvores.

**Cena 3:** **Narração:** Mas infelizmente tudo isso está em grande risco.

Ação: Avião cruza a tela de baixo para cima revelando dados.

Ação 2: Borrifador espirra e faz a transição de cenas.

**Narração:** O uso de agrotóxicos nas lavouras foi responsável pela morte de milhões de abelhas, só no ano de 2019!

Ação: Filmagem de abelhas mortas ao fundo, texto na frente:  
500.000.000 de abelhas mortas.

**Cena 4:** **Narração:** E isso é apenas a ponta do Iceberg.

Ação: Iceberg cruza a tela de baixo para cima com outros problemas ambientais associados escritos nele.

**Cena 5:** **Narração:** Mas então o que fazer pra mudar isso?

Ação: Aparece peixe nadando com máscara de gás e ponto de interrogação.

**Cena 6:** **Narração:** Busque o conhecimento. Já existem maneiras de se produzir alimentos sem agrotóxicos, em grande escala, respeitando o meio ambiente!

Ação 1: Livro fica voando lentamente com suas asas

Ação 2: Salta o texto “Agroecologia” de dentro do livro

**Narração:** Procure consumir esses alimentos, se possível de produtores próximos a você.

Ação 3: Aparece uma ilustração de uma pessoa segurando uma cesta de alimentos e uma fazenda ao fundo

**Narração:** Assim, além de cuidar da sua saúde e do ambiente, estará fortalecendo a economia local

Ação 4: A fazenda ao fundo cresce, junto com a cesta de alimentos e o sorriso da pessoa

Ação 5: Página virando

**Cena 7: Narração:** Existem também outras maneiras de se organizar a sociedade para viver em harmonia com todos os seres da natureza, de maneira sustentável.

Ação 3: Salta o texto “Permacultura” de dentro do livro e 3 ilustrações dos princípios básicos da permacultura

**Cena 8: Narração:** Esse conhecimento é uma das chaves para uma mudança global, para se extinguir os agrotóxicos, salvar as abelhas, e o planeta!

Ação: As ilustrações anteriores se juntam formando um globo ao centro (Ilustração do planeta terra girando)

**Cena 9: Ação 3:** Livro se fecha, com efeito de poeira e revela uma seta apontando para baixo

**Narração:** Na descrição desse vídeo estão disponíveis links que esse conhecimento está disponível para todos. Não há tempo melhor para uma mudança do que agora.

Ação 4:

Transição Final: *Fade* para o preto.

**Cena Final:** Créditos

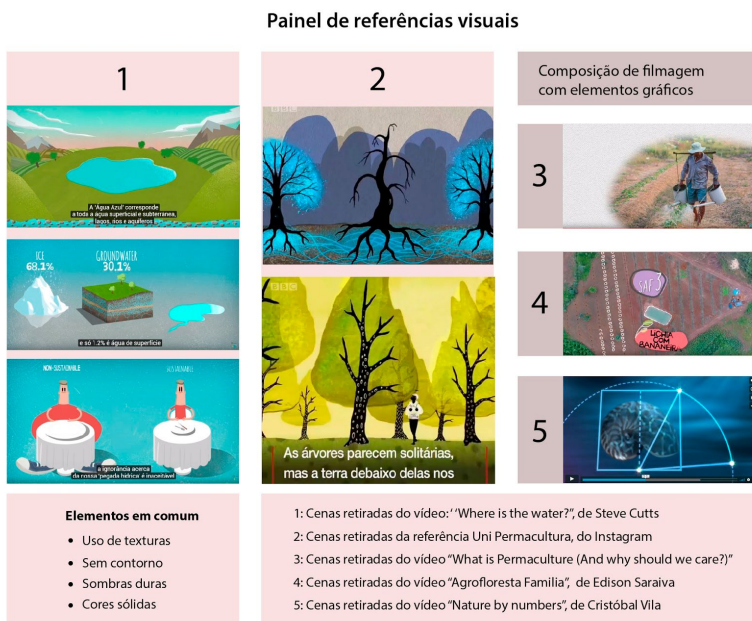
## 6.2.2 Fundamentação Visual

### 6.2.2.1 Painéis Visuais

Foram desenvolvidos 2 painéis, a fim de agrupar analisar estilos visuais e de tipografia para servir como base para a construção da direção de arte.

Para isso, foram utilizados os materiais correlatos a esse projeto, selecionados e analisados anteriormente.

Figura 12 - Painel de referências visuais



Fonte: O autor

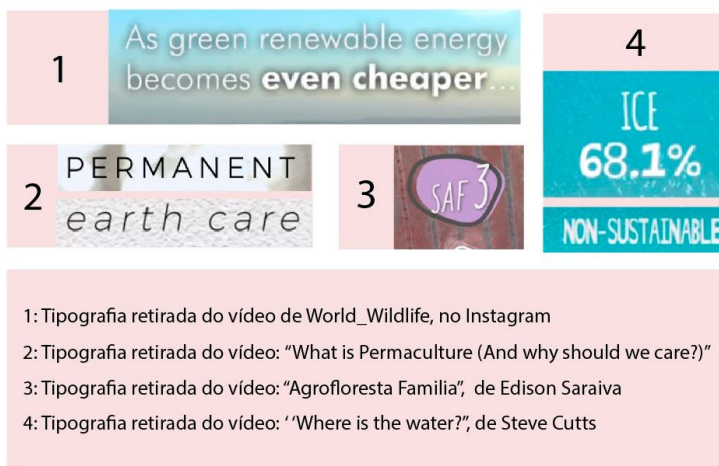
Dentre todos os materiais correlatos, foram escolhidos aqueles que mais se assemelham com o conteúdo deste projeto. Analisando as referências 1 e 2, pode-se observar que elas têm alguns fatores em comum, como o uso de texturas, formas simplificadas, cores sólidas, sombras duras, ausência de contorno e o fundo ilustrado, com cores sólidas ou gradientes. Tanto a primeira quanto a segunda, possuem

caráter menos realista, apesar de se tratarem de temas sérios, como desperdício de água. Essa análise serviu como base para formulação de uma direção de arte para o presente projeto.

As cenas das referências 3, 4 e 5 têm em comum a composição de filmagem com elementos gráficos. Essa estética será usada como referência de composição para o projeto.

Figura 13 - Painel de referências de tipografia

## Referências de tipografia



Fonte: O autor

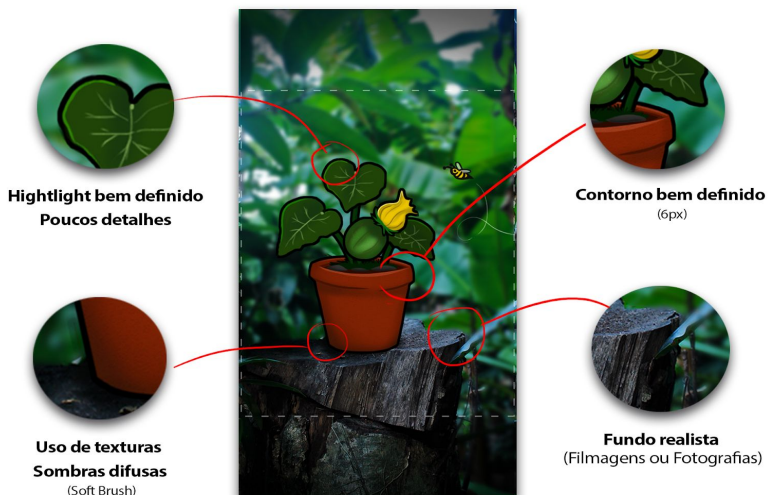
Analisando as referências, é possível notar que aquelas de número 4 e 5 seguem uma estética mais descontraída, de caráter lúdico. As referências 1 e 2, por sua vez, tem uma estética mais séria, com tipografias mais sóbrias.

A decisão da tipografia do projeto leva em consideração as referências analisadas, porém dependerá da estética das ilustrações e da composição dos elementos de cada cena a ser produzida.

### 6.2.2.2 Direção de arte

Após serem analisadas as tabelas de referências visuais anteriores, foi estipulado um padrão visual a ser seguido, baseado nos estudos anteriores, para que se mantenha uma unidade entre todas as cenas. Foi produzida uma imagem ilustrativa, apresentada na Figura 14, a partir da primeira cena do projeto.

Figura 14 - Imagem ilustrativa para direção de arte



Fonte: O autor

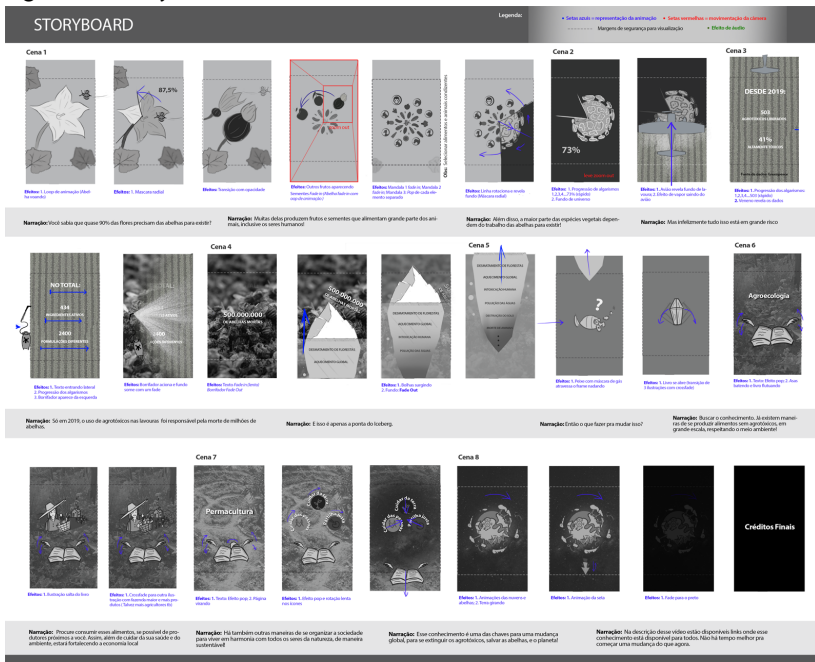
Foi definido como base um caráter mais lúdico, com contorno bem definido e formas mais simplificadas, para tornar o conteúdo mais fácil e leve de ser aceito, pois é um tema sério, que poderá e deverá gerar reflexões e mudanças. O fundo realista deverá trazer um pouco de seriedade, assim como o uso de texturas, equilibrando a estética lúdica das ilustrações. O contorno bem definido auxilia na separação entre o conteúdo realista do fundo, com a ilustração lúdica a ser animada.

## 6.3 PRÉ-PRODUÇÃO

### 6.3.1 *Storyboard*

As cenas foram todas reunidas em apenas uma imagem, para melhor visualização do transcorder da história e das transições entre elas. Contudo, o apêndice deste documento contém as cenas com maior resolução. Cada cena foi caracterizada basicamente pelo cenário em que se encontra. Quando há mudança de cenário, há também mudança de cena. Dessa maneira, facilita-se a visualização de quantos cenários devem ser produzidos.

Figura 15 - *Storyboard*



Fonte: O autor

Na parte superior direita, foi desenvolvida uma legenda para melhor interpretação do *Storyboard*. As setas azuis representam os movimentos das animações e as vermelhas representam movimentações de câmeras. Abaixo de cada cena, em azul, estão descritos os efeitos visuais de cada cena. Nas tarjetas cinzas entre os quadros estão descritas as narrações referentes a cada parte.

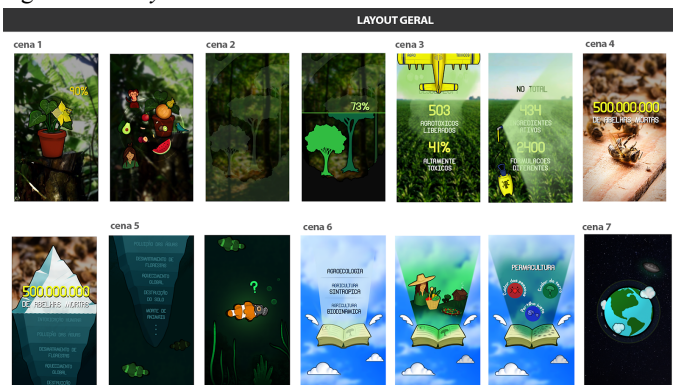
### 6.3.2 Layout

Conforme demonstrado na Figura 16, o *Layout* consta de um número menor de quadros, sendo usadas como exemplo as partes principais de cada cena, e/ou as partes de transição entre elas, para checar se essas transições estão coerentes visualmente, e de acordo com direção de arte.

Nesta etapa, foi definida a fonte utilizada na composição de todas as cenas: *Entangled Plain BRK*. Essa fonte tem boa legibilidade e, pelo seu formato *Bold*, gera bom contraste com fundos detalhados. Além disso, ela tem um caráter geral sóbrio, com bastantes linhas retas e caracteres da mesma altura e espaçamento. Seus cantos arredondados, porém, equilibram essa seriedade e facilitam a unidade entre essa fonte e as ilustrações lúdicas.

Durante o processo, optou-se por efetuar algumas pequenas mudanças em ilustrações, efeitos e transições entre as cenas, como, por exemplo, a união da cena 6 com a 7, por conta do uso do mesmo cenário. Foi alterada, também, a cena 2, pois durante a revisão notou-se que estava muito semelhante à cena 8 (atual cena 7). Essas mudanças, desde que não prejudiquem a narrativa, são partes naturais e importantes em um processo linear de produção como este.

Figura 16 - *Layout*

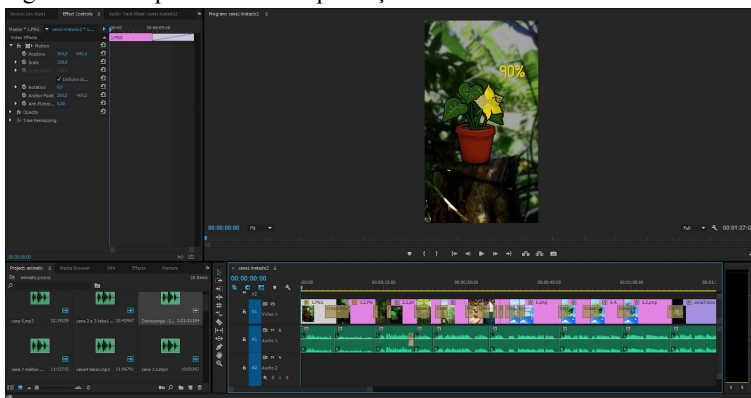


Fonte: O autor

### 6.3.3 Animatic

Para produção do *Animatic*, foram reunidas as imagens expostas acima, utilizadas na produção do *Layout*, juntamente com as narrações provisórias, em uma linha do tempo. Para realizar essa tarefa, foi usado o *software* Premiere, da Adobe. A Figura 17 mostra uma parte do processo.

Figura 17 - Captura de tela da produção do *Animatic*



Fonte: O autor

Optou-se por desenvolver o *Animatic* depois do *Layout*, diferentemente do usual, quando são usadas as imagens do *Storyboard* para se ter uma ideia mais final do conteúdo. Esse procedimento foi útil, pois obteve-se um resultado bem próximo ao final. As sensações geradas pelas formas e cores auxiliaram na escolha da trilha e dos efeitos sonoros. Por outro lado, quando foi construída a linha do tempo da junção das imagens com as narrações, surgiu a necessidade de algumas alterações, as quais ficaram mais complexas de realizar, por conta de as ilustrações já terem sido produzidas.

Com essa experiência, foi aprendido que a produção do *Animatic* é mais eficiente logo após a produção do *Storyboard*, ao invés de fazê-lo após a etapa de *Layout*, pois possibilita a realização de ajustes sem a perda de ilustrações finalizadas.

### 6.3.4 Produção e captação dos materiais

Foram desenvolvidas, nesta fase, as ilustrações restantes, que não haviam sido necessárias durante o desenvolvimento do *Layout*. As



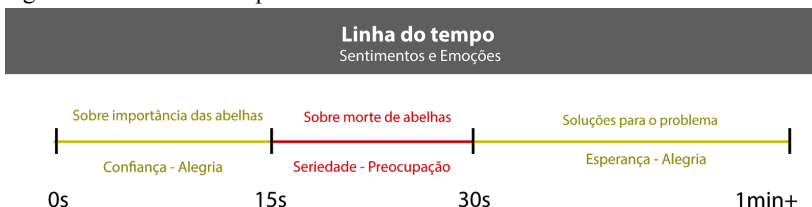
ilustrações foram feitas no *software* Photoshop, da Adobe, seguindo os parâmetros definidos pela direção de arte.

As imagens e vídeos que serão usados como planos de fundo de cada cena foram adquiridas em banco de imagens gratuitos, assim como os demais efeitos sonoros.

As gravações das narrações foram feitas em um aparelho de celular *Android*, devido à impossibilidade do uso da estrutura física da Universidade, já que, no período atual, em função da pandemia gerada pelo COVID-19, não há acesso aos espaços físicos.

Para a seleção da trilha sonora, foram reunidas as gravações de áudio em sequência e foi feito um mapeamento das emoções do projeto, em formato de linha do tempo, objetivando gerar uma ideia dos *moods*, ou sentimentos, em cada parte do processo. Apresenta-se, na sequência, uma imagem ilustrando essas transições da trilha-sonora.

Figura 18 - Linha do tempo da trilha-sonora



Fonte: O autor

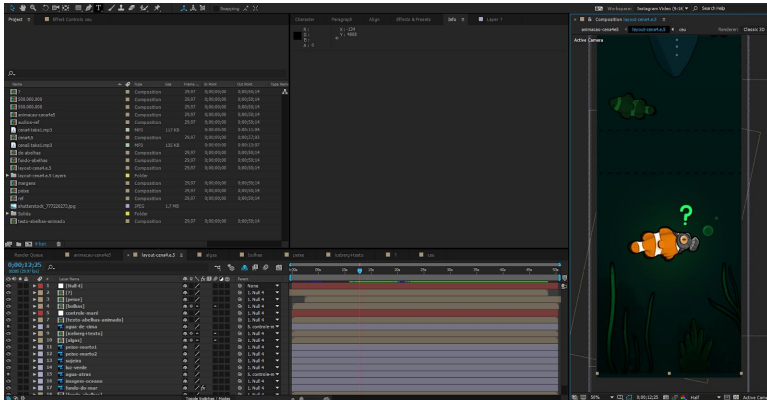
Feito isso, a trilha-sonora foi selecionada a partir de banco de áudios gratuitos na internet, para ser utilizada na sequência do projeto.

## 6.4 PRODUÇÃO

### 6.4.1 Produção de efeitos e animações

Para a execução das cenas, foi utilizado o *software* After effects, da Adobe. Nele, foram importadas as ilustrações e as narrações previamente feitas e foram adicionados os efeitos planejados na etapa do *Storyboard*. Segue abaixo uma imagem de parte do processo, realizada dentro do *software*.

Figura 19 - Captura de tela do processo de execução das cenas



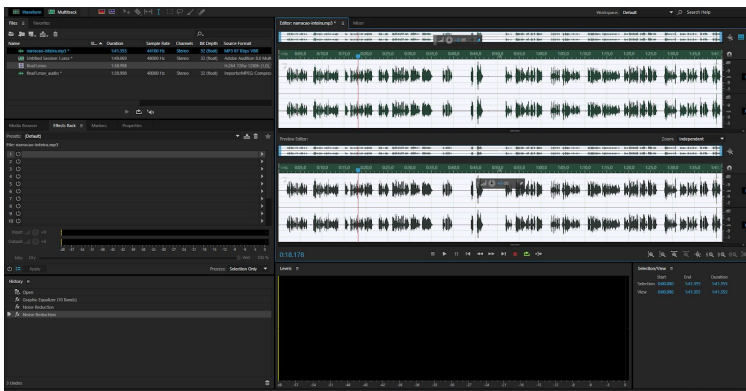
Fonte: O autor

Cada cena foi executada e renderizada separadamente, para otimizar o desempenho do *software* e tornar o processo mais ágil. Depois, as cenas foram reunidas em uma composição para o desenvolvimento das transições entre elas. Depois de feitas as transições e renderizado o projeto, obteve-se um arquivo em formato de vídeo contendo todas as cenas em sequência. Esse arquivo foi importado para o *software* de edição final escolhido, o Adobe Premiere, para o desenvolvimento dos efeitos sonoros e a importação da trilha.

**6.4.2 Tratamento e edição de áudio**

Feitas as captações das narrações através do celular, como descrito anteriormente, elas foram tratadas dentro do software de edição de áudio Audition, da empresa Adobe. Nele, foram retirados os ruídos provenientes do microfone amador e foram feitos os ajustes necessários para se obter um bom resultado com uma ferramenta improvisada (um aparelho *mobile*). Segue abaixo uma imagem mostrando uma parte do processo, dentro do *software* Audition.

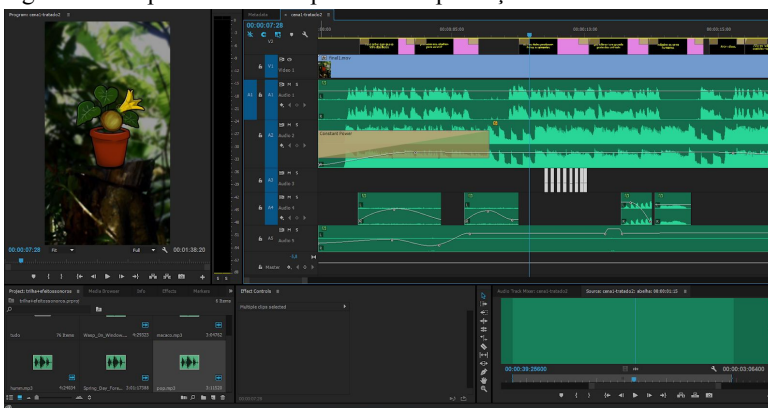
Figura 20 - Imagem do processo de tratamento de áudio



Fonte: O autor

Feito o tratamento da narração, foi feita a importação desse resultado para o *software* Premiere, juntamente com o arquivo de vídeo produzido na etapa de animação e com a trilha-sonora selecionada. Segue abaixo uma figura demonstrando uma parte desse processo.

Figura 21 - Captura de tela do processo de produção de áudio



Fonte: O autor

Também foram reunidos à essa sequência de edição os efeitos sonoros baixados da internet ou gravados pelo autor.

Essa é a última etapa da edição, a qual gerou um arquivo em formato de vídeo, contendo uma prévia fiel à final, pronta para os últimos ajustes, que serão feitos na próxima etapa, da pós-produção.

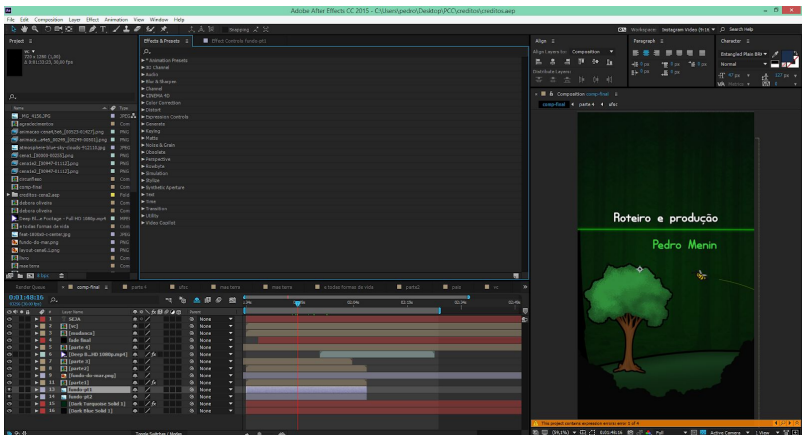
## 6.5 PÓS-PRODUÇÃO

Na pós-produção, foram desenvolvidos os créditos, foi realizada a revisão final do áudio e também efetuou-se o tratamento final nas cores.

Como o projeto foi executado pelo computador, os testes acabaram sendo feitos apenas ali. Depois de pronto, foi testado em um dispositivo móvel e notou-se grandes diferenças de áudio. Durante o processo, portanto, ficou evidente a importância de se testar o resultado no dispositivo para qual foi projetado, que nesse caso foram os dispositivos móveis.

Outro ponto de aprendizado foi que se mostrou mais importante a relação de altura e equalização entre um efeito de áudio e outro, do que a altura final do áudio, apesar deste último também ser importante. Essa importância da relação de altura entre os áudios se dá pelo fato que ela não pode ser alterada durante a visualização, diferentemente do volume final da peça. Entretanto, é importante também estar atento ao volume final, pois, se estiver baixo demais, pode não ser compreendido, ou ser mal recebido, e, se estiver alto demais, pode assustar o usuário ou danificar o aparelho.

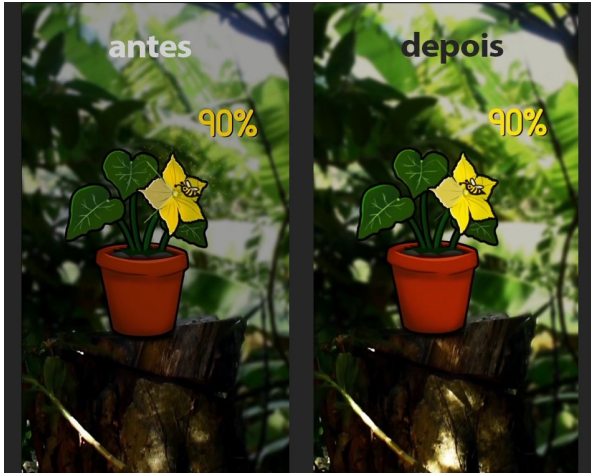
Para o desenvolvimento dos créditos, foram reaproveitadas as animações, as composições e os efeitos sonoros produzidos previamente. Esse processo foi realizado no *software* After Effects, conforme demonstra a Figura 22, a seguir.



Fonte: O autor

Para o tratamento de cores, foram feitos ajustes no brilho, no contraste e outros pequenos ajustes que cada cena demandou. Esses ajustes foram feitos no mesmo *software* de edição, o After Effects. Segue abaixo na Figura 23 um exemplo de antes e depois da correção de cores final.

Figura 23 - Correção de cores

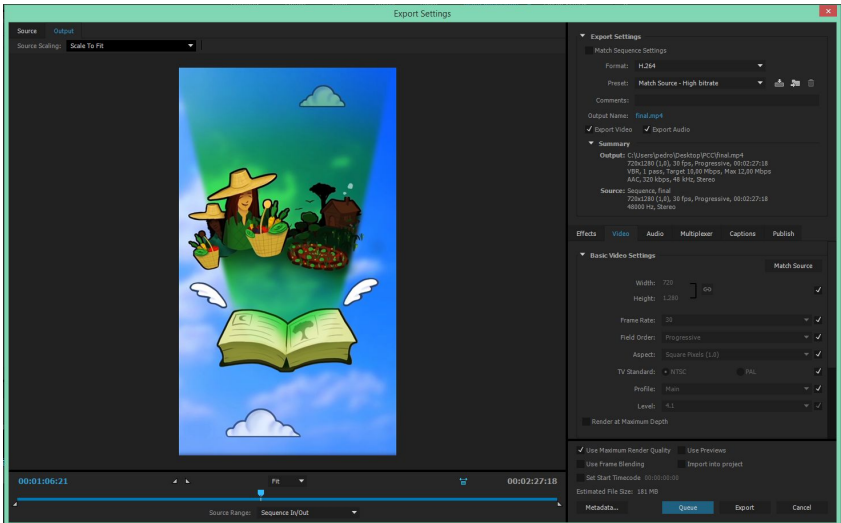


Fonte: O autor

Feitos os últimos ajustes, o arquivo final gerado foi importado

para o Premiere, para exportação final nas configurações pré-definidas. Abaixo, segue uma Figura 24 demonstrando as configurações de saída finais.

Figura 24 - Configurações de saída



Fonte: O autor

## 6.5.1 Configurações finais da peça audiovisual

**Proporção:** 9:16 (Vertical)

**Resolução:** 720 x 1280 pixels (720p, HD)

**Taxa de quadros:** 30 FPS

**Codec Vídeo:** H.264

**Codec Áudio:** AAC

**Formato de saída:** MP4

**Duração final:** 2 minutos e 27 segundos

**Tamanho do arquivo:** 181MB

**Link para acesso da obra final:**

[https://www.instagram.com/tv/CCUGLj4pyLp/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/tv/CCUGLj4pyLp/?utm_source=ig_web_copy_link)

**7 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O objetivo geral deste trabalho é de conscientizar as pessoas do impacto do uso de agrotóxicos na vida das abelhas e no meio ambiente e propor possíveis soluções para o problema, através da produção e compartilhamento de um conteúdo audiovisual.

Tendo em vista o produto final, acredita-se que parte desse objetivo foi cumprido, que é a produção do material. Espera-se, portanto, que com o compartilhamento desse conteúdo, o objetivo geral, de conscientização da população, possa de fato ocorrer.

Durante o processo houve diversas dificuldades técnicas que geraram um grande aprendizado, tanto de manipulação dos softwares, quanto do próprio desenvolvimento metodológico. O maior desafio que foi encontrado, porém, foi na delimitação do projeto. A maior dificuldade foi definir um problema a ser resolvido, mediante a tantos que infelizmente foram encontrados e que precisam ter o conhecimento da população.

A escolha da plataforma do Instagram como única fonte de compartilhamento do conteúdo afetou principalmente o formato da peça audiovisual, que, segundo as pesquisas mencionadas, o ideal é na vertical, por conta do uso do Instagram majoritariamente por aparelhos *Mobile*. Outro fator que influenciou foi a alteração do início do roteiro, pois nos primeiros 30 segundos de vídeo o conteúdo é exposto ao Feed de Notícias, onde o consumo de conteúdo é mais rápido e se faz necessário um engajamento maior nesse primeiro período da obra. Portanto, o roteiro teve de se adequar a isso, onde foi abordado primeiro uma curiosidade sobre as abelhas e depois exposto o problema.

A escolha da plataforma do Instagram não teve relação direta com a direção de arte do projeto, visto que esta foi baseada no público-alvo.

Esse projeto foi inspirado no trabalho das abelhas, uma pequena ação, pensada na grande transformação.







## REFERÊNCIAS

ASH READ, Buffer. **Instagram Stories: The Complete Guide to Using Stories**. 2018. Disponível em:

<<https://buffer.com/library/instagram-stories>>. Acesso em: 29 nov. 2018.

MOREIRA, Bruna. Rock Content. **Tamanho de imagens no**

**Instagram: tudo que você precisa saber**. 2018. Disponível em:

<<https://rockcontent.com/blog/tamanho-de-imagens-no-instagram/>>. Acesso em: 13 jun. 2018.

BURYAN, Marta. **Instagram Engagement: Everything You Need to Know [Exclusive Stats]**. 2018. Disponível em:

<https://www.socialbakers.com/blog/instagram-engagement>. Acesso em: 17 jul. 2018.

CARDOSO, Gabriela Schmitz. **Vídeo de animação para canal no**

**youtube: estímulo de pensamento crítico e emocional**. estímulo de

pensamento crítico e emocional. 2017. 92 f. TCC (Graduação) - Curso de Design, Cce, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

CONSTINE, Josh. **Instagram hits 1 billion monthly users, up from 800M in September**. 2018. Disponível em:

<https://techcrunch.com/2018/06/20/instagram-1-billion-users/>. Acesso em: 20 jun. 2018.

DAMASIO, Kevin. **Liberção recorde reacende debate sobre uso de agrotóxicos no Brasil. Entenda**. In. National Geographic. Jul. 2019.

Disponível em:

<<https://www.nationalgeographicbrasil.com/meio-ambiente/2019/07/liberacao-recorde-reacende-debate-sobre-uso-de-agrotoxicos-no-brasil-entenda>>. Acesso em: 26 jul. 2019.

DEMEZIO, Carla. **O Instagram como ferramenta de aproximação**

**entre Marca e Consumidor**. Centro Universitário do Vale do Ipojuca - UNIFAVIP DeVry, Caruaru, PE.

GALVANI, Giovanna. **De abelhas a trabalhadores: o ciclo de morte gerado pelos agrotóxicos.** In. Carta Capital. Jul. 2019. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/sociedade/de-abelhas-a-trabalhadores-o-ciclo-de-morte-gerado-pelos-agrotoxicos/>>. Acesso em: 02 jul. 2019.

GREENPEACE. **Será o fim da picada?:** Os agrotóxicos estão exterminando as abelhas. 2019. Disponível em: <https://www.greenpeace.org.br/salve-as-abelhas>. Acesso em: 01 ago. 2019.

VINÍCIUS, Marcos. **Transmissão ao vivo no Instagram:** o guia completo da live de sucesso. 2019. Disponível em: <<https://vidmonsters.com/blog/transmissao-ao-vivo-no-instagram/>>. Acesso em: 10 maio 2019.

CAMPOS, Mariana. **S.O.S., as abelhas pedem socorro.** In. Greenpeace. Set. 2018. Disponível em: <<https://www.greenpeace.org/brasil/blog/s-o-s-as-abelhas-pedem-socorro/>>. Acesso em: 13 set. 2018.

MOHSIN, Maryam. **10 Instagram Stats Every Marketer Should Know in 2020 [Infographic].** 2019. Disponível em: <https://www.oberlo.com/blog/instagram-stats-every-marketer-should-know>. Acesso em: 29 nov. 2019.

MORSE, Roger A.; CALDERONE, Nicholas W.. **The Value of Honey Bees As Pollinators of U.S. Crops in 2000.** 2000. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.472.4894&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 01 mar. 2000.

PADGURSCHI, Maíra C. G. et al. **Relatório Temático sobre Polinização, Polinizadores e Produção de Alimentos no Brasil.** [s. L.]: Maíra C. G. Padgurschi Carlos A. Joly Fabio R. Scarano, 2019. 93 p. Disponível em: [https://www.bpbes.net.br/wp-content/uploads/2019/02/BPBES\\_Completov5.pdf](https://www.bpbes.net.br/wp-content/uploads/2019/02/BPBES_Completov5.pdf). Acesso em: 01 jul. 2019.

PETERS, Brian. **Square vs. Landscape Video – \$1.5K Worth of Experiments:** Here's How They Compare. 2019. Disponível em: <https://buffer.com/resources/square-video-vs-landscape-video>. Acesso em: 02 jan. 2019.

PIZA, Mariana Vassallo. O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica. 2012. 48 f. Tese (Graduação) - Curso de Ciências Sociais, Departamento de Sociologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

COFFEE, Rafael. Rock Content. **Conteúdo em vídeo:** entenda o porquê dessa febre e como aplicar em sua estratégia. 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/conteudo-em-video/>. Acesso em: 1 fev. 2019.

KEMP, Simon. We Are Social. **Digital in 2018:** World's internet user pass the 4 billion mark. 2018. Disponível em: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>. Acesso em: 30 jan. 2018.

COSTA, Thaís. Rock Content (Org.). **Algoritmo do Instagram:** entenda como ele funciona e o que você precisa saber para engajar na rede!. 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/algoritmo-do-instagram/>. Acesso em: 01 fev. 2018.

VIEIRA, Otávio Esser. **Produção independente de animação 2D: utilizando recursos para otimização de produção.** Utilizando recursos para otimização de produção. 107 f. TCC (Graduação) - Curso de Design, Cce, Univ. Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.

WINDER, Catherine. **Producing Animation.** 2. ed. Oxford, Uk: Routledge, 2011. 456 p.

DE SOUZA, José Marconi Bezerra; DYSON, Mary. Are animated demonstrations the clearest and most comfortable way to communicate on-screen instructions?. Information Design Journal, [S. l.], ano 2008, v. 16, n. 2, p. 107-124, 1 ago. 2008.