

Raquel Neves Costa Joi

**PEÇA AUDIOVISUAL COM ANIMAÇÃO 3D PARA  
DIVULGAÇÃO DA EMPRESA SMERCH.LAB**

Projeto de Conclusão de curso para  
obtenção do título de bacharel do curso  
de Design na Universidade Federal de  
Santa Catarina

Orientador: Prof. Dr. André Luiz Sens

Coorientador: Prof. Dr. Flávio Andaló

Florianópolis

2021





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

Joi, Raquel Neves Costa  
PEÇA AUDIOVISUAL COM ANIMAÇÃO 3D PARA DIVULGAÇÃO DA  
EMPRESA SMERCH.LAB / Raquel Neves Costa Joi ; orientador,  
André Luiz Sens, coorientador, Flávio Andaló, 2021.  
144 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -  
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de  
Comunicação e Expressão, Graduação em Design, Florianópolis,  
2021.

Inclui referências.

1. Design. 2. Animação 3D. 3. Design Audiovisual . I.  
Sens, André Luiz. II. Andaló, Flávio. III. Universidade  
Federal de Santa Catarina. Graduação em Design. IV. Título.



Raquel Neves Costa Joi

**PEÇA AUDIOVISUAL COM ANIMAÇÃO 3D PARA  
DIVULGAÇÃO DA EMPRESA SMERCH.LAB**

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, 21 de setembro de 2021.

Coordenadora do curso

Banca Examinadora:

André Luiz Sens

Flávio Andalo

Rochelle dos Santos

Renan Binda

---

Prof. Dr. André Luiz Sens

Orientador

Universidade Federal de Santa Catarina



Dedico este trabalho aos meus pais e minhas irmãs, aos meus professores e à comunidade científica como um todo.



## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço imensamente aos meus pais e à minha família pelo apoio, pelo encorajamento e por me desafiarem sempre! Agradeço a todos professores dos cursos de Design e de Animação que sempre se dedicaram e continuam se dedicando à arte mais linda de todas: a arte de ensinar. Por fim, agradeço de coração ao meu orientador Professor Doutor André Luiz Sens e meu coordenador Doutor Professor Flávio Andaló por me auxiliarem com toda expertise e didática de vocês neste último, e mais especial projeto da minha graduação.

*“I've heard it said that people come into our lives for a reason, bringing something we must learn.*

*And we are led to those who help us most to grow if we let them, and we help them in return.*

*Well, I don't know if I believe that's true, but I know I'm who I am today because I knew you...”*

For Good - Wicked





## **RESUMO**

Desenvolvimento de projeto de design audiovisual utilizando a linguagem de animação 3D com fim publicitário para a divulgação da marca Smerch.lab. A empresa em questão busca dar uma finalidade comercial aos projetos de graduandos na área de Design, materializando ideias inovadoras e trabalhos de ótima qualidade que, a princípio, se restringiriam a um acervo de estudo após avaliação. Contudo, a marca não tem material destinado para a divulgação e apresentação do produto para seu público alvo. Esse projeto visa suprir essa necessidade da empresa ao mesmo passo que propõe a criação de uma peça publicitária audiovisual com uso do 3D como recurso publicitário e institucional nas redes sociais.

### **Palavras-chave:**

1. Animação 3D
2. Design Audiovisual



## **ABSTRACT**

Development of an audiovisual design project using the 3D animation language for advertising purposes to promote the brand Smerch.lab. The company in question seeks to use the projects of undergraduate students in the area of Design for commercial purposes, bringing to life innovative ideas and great quality works which would have initially been restricted to a study library after their presentation. The brand, however, does not have marketing material intended for the dissemination and presentation of the product to its target audience. This project aims to supply this need for the company by proposing the creation of an audiovisual advertising piece with the use of 3D as an illustrative tool.

### **Keywords:**

1. 3D Animation
2. Audiovisual Design

## LISTA DE FIGURAS

### FLUXOGRAMAS

<b>Fluxograma 1</b> - Metodologia linear de Design	32
<b>Fluxograma 2</b> - Processo de produção de animação 2D	34
<b>Fluxograma 3</b> - Metodologia combinada	35
<b>Fluxograma 4</b> - Metodologia a ser utilizada no PCC	37

### GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> - Mercado de animação 3D nos EUA.	28
<b>Infográfico 1</b> - Os 5 tipos de Animação	47

### TABELAS

<b>Tabela 1</b> - Personas	43
----------------------------	----

### FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Wireframe do site da empresa	39
<b>Figura 2</b> - Representação da persona Marina	43
<b>Figura 3</b> - Representação da persona Cassio	44
<b>Figura 4</b> - Representação da persona Laura	45
<b>Figura 5</b> - Exemplos de Realista e Estilizada	50
<b>Figura 6</b> - Exemplos de <i>High poly</i> - <i>Low poly</i>	51
<b>Figura 7</b> - Exemplos de Flat-like e 3D-like	52

<b>Figura 8</b> - Exemplos de <i>Organic modeling - Hard surface</i>	53
<b>Figura 9</b> - Referência de personagem (1/2)	55
<b>Figura 10</b> - Referência de personagem (2/2)	55
<b>Figura 11</b> - Referência de cenário (1/2)	56
<b>Figura 12</b> - Referência de cenário (2/2)	57
<b>Figura 13</b> - Animação do Banco Tesco.	58
<b>Figura 14</b> - Animação do Kasra Design.	60
<b>Figura 15</b> - DNA da Smerch.lab	62
<b>Figura 16</b> - Marcas visuais da Smerch.lab	64
<b>Figura 17</b> - Roteiro Narrativo	66
<b>Figura 18</b> - Roteiro Técnico (1/2)	67
<b>Figura 19</b> - Roteiro Técnico (2/2)	68
<b>Figura 20</b> - Paletas de cores do projeto	69
<b>Figura 21</b> - <i>Moodboard</i> do projeto	71
<b>Figura 22</b> - <i>Concept design</i> da personagem principal	73
<b>Figura 23</b> - <i>Turnaround</i> da personagem principal	74
<b>Figura 24</b> - <i>Turnaround</i> da personagem secundária	74
<b>Figura 25</b> - Quadros-chave do <i>Storyboard</i> (1/4)	76
<b>Figura 26</b> - Quadros-chave do <i>Storyboard</i> (2/4)	77
<b>Figura 27</b> - Quadros-chave do <i>Storyboard</i> (3/4)	78
<b>Figura 28</b> - Quadros-chave do <i>Storyboard</i> (4/4)	79

<b>Figura 29</b> - Quadros-chave do <i>Animatic</i>	81
<b>Figura 30</b> - Painel de inspiração de Topologia	83
<b>Figura 31</b> - Planos de imagem de referência	84
<b>Figura 32</b> - Processo de modelagem	85
<b>Figura 33</b> - Retopologia da face da personagem principal	86
<b>Figura 34</b> - Topologia final da mão	87
<b>Figura 35</b> - Modelagem das personagens finalizada	88
<b>Figura 36</b> - Geometrias dos cabelos criadas no ZBrush	89
<b>Figura 37</b> - Exemplo de um dos painéis visuais	90
<b>Figura 38</b> - Exemplos de modelagem de objetos finalizada	91
<b>Figura 39</b> - Funcionamento IK e FK	92
<b>Figura 40</b> - Esqueleto e hierarquia dos ossos.	94
<b>Figura 41</b> - Esqueletos (real, IK e FK) e controles	95
<b>Figura 42</b> - Exemplos de controle IKFK	95
<b>Figura 43</b> - Esqueleto base dos cabelos	96
<b>Figura 44</b> - Exemplo de ajuste das influências dos ossos	97
<b>Figura 45</b> - Expressões criadas com blendshapes	98
<b>Figura 46</b> - Esqueleto e animação do Ticket de Embarque	99
<b>Figura 47</b> - Exemplo de cena em processo de animação	100
<b>Figura 48</b> - Exemplo do gráfico de animação	101
<b>Figura 49</b> - Exemplo de mapeamento	102

<b>Figura 50</b> - Mapas UV	103
<b>Figura 51</b> - Mapas de cores sobrepostos por mapas UV	104
<b>Figura 52</b> - Visão superior da disposição das luzes	105
<b>Figura 53</b> - Exemplo de luzes pontuais	106
<b>Figura 54</b> - Comparação pré visualização e renderizado	107
<b>Figura 55</b> - Projeto no Adobe Premiere	108
<b>Figura 56</b> - Quadros de exemplo da animação final (1/7)	111
<b>Figura 57</b> - Quadros de exemplo da animação final (2/7)	112
<b>Figura 58</b> - Quadros de exemplo da animação final(3/7)	113
<b>Figura 59</b> - Quadros de exemplo da animação final (4/7)	114
<b>Figura 60</b> - Quadros de exemplo da animação final (5/7)	115
<b>Figura 61</b> - Quadros de exemplo da animação final (6/7)	116
<b>Figura 62</b> - Quadros de exemplo da animação final (7/7)	117





# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>25</b>
<b>2. OBJETIVOS</b>	<b>29</b>
<b>2.1 OBJETIVO GERAL</b>	<b>29</b>
<b>2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>29</b>
<b>3. DELIMITAÇÕES DO PROJETO</b>	<b>29</b>
<b>4. JUSTIFICATIVA</b>	<b>30</b>
<b>5. METODOLOGIA</b>	<b>31</b>
<b>6. O PROJETO</b>	<b>38</b>
<b>6.1 DEFINIÇÕES PRELIMINARES</b>	<b>38</b>
<b>6.1.1 Conteúdo</b>	<b>38</b>
<b>6.1.2 Formato</b>	<b>39</b>
<b>6.1.3 Duração</b>	<b>40</b>
<b>6.2 PESQUISA</b>	<b>41</b>
<b>6.2.1 O público-alvo</b>	<b>41</b>
6.2.1.1 Enquete	41
6.2.1.2 Personas	42
<b>6.2.2 Animação</b>	<b>47</b>
6.2.2.1 Estilos de Animação	47
6.2.2.2 Estilos Visuais	49
<b>6.2.2.2.1 Realista - Estilizada</b>	<b>50</b>
<b>6.2.2.2.2 High poly - Low poly</b>	<b>51</b>
<b>6.2.2.2.3 Flat-like - 3D-like</b>	<b>52</b>
<b>6.2.2.2.4 Organic modeling - Hard surface</b>	<b>53</b>
6.2.2.3 Referências visuais	55
<b>6.2.2.3.1 Personagens</b>	<b>55</b>
<b>6.2.2.3.2 Objetos Secundários</b>	<b>57</b>
<b>6.2.2.3.3 Análise audiovisuais</b>	<b>58</b>
6.2.2.4 Análise da marca Smerch.lab	62
<b>6.2.2.4.1 DNA da marca</b>	<b>63</b>

<b>6.2.2.4.2 Identidade verbal</b>	<b>64</b>
<b>6.2.2.4.3 Significado do logo</b>	<b>64</b>
6.3 IDEALIZAÇÃO	66
<b>6.3.1 Roteiro</b>	<b>66</b>
<b>6.3.2 Paleta de Cores</b>	<b>70</b>
<b>6.3.3 Painel Visual</b>	<b>71</b>
<b>6.3.4 Concept Design do personagem</b>	<b>73</b>
6.4 PRÉ-PRODUÇÃO	76
<b>6.4.1 Storyboard</b>	<b>76</b>
<b>6.4.2. Animatic</b>	<b>81</b>
6.5 PRODUÇÃO	83
<b>6.5.1 Modelagem</b>	<b>83</b>
6.5.1.1 Personagens	84
6.5.1.2 Objetos da cena	90
<b>6.5.2. Rigging</b>	<b>92</b>
<b>6.5.3. Animação</b>	<b>99</b>
<b>6.5.4. Rendering</b>	<b>101</b>
6.5.4.1 Texturização (Mapas UV)	101
6.5.4.2 Materiais	103
6.5.4.3 Luzes	105
6.5.4.4. Renderização	107
6.6 PÓS PRODUÇÃO	108
<b>6.6.1 Edição de vídeo</b>	<b>108</b>
<b>6.6.2. Edição de áudio</b>	<b>109</b>
6.6.2.1. Narração	109
6.6.2.2. Trilha sonora	110
6.6.2.3. Efeitos Sonoros	110
<b>6.7 RESULTADO FINAL</b>	<b>111</b>
<b>7. CONCLUSÃO</b>	<b>119</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>122</b>
<b>REFERÊNCIAS - IMAGENS</b>	<b>126</b>

## **APÊNDICES**

APÊNDICE A – Resultados Enquete	<b>133</b>
APÊNDICE B – Análise Publicitária	<b>139</b>
APÊNDICE C - Roteiros Iniciais	<b>146</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Fundada em 2020, por Gesy de Souza Lynn, a Smerch.lab tem como um de seus objetivos conectar a criatividade e resiliência do profissional brasileiro com as oportunidades atreladas às necessidades de empresas norte-americanas.

A Smerch.lab surge como uma solução para empresas que procuram terceirizar o gerenciamento da notoriedade de suas marcas. Isso é feito a partir da venda de kits de experiência de marca, que propõe eventos, kits de itens promocionais personalizados, entre outros recursos de publicidade. Por se tratar de uma empresa relativamente nova, os pacotes ainda estão em fase de desenvolvimento, mas podemos ter como exemplo o pacote “Once upon a boat”. Com esta opção, o cliente tem direito a eventos e produtos promocionais para períodos de verão, temáticos de praia, como roupões, chapéus de praia entre outros itens com a marca do cliente.

Alunos universitários em cursos na área de criação desenvolvem diversos projetos ao longo da graduação, e muitos desses acabam não sendo utilizados de forma prática, para os fins propostos. É possível exemplificar a constante por meio das diversas peças que são criadas no projeto de Editorial do curso de Design na UFSC, no qual, nenhum dos livros produzidos chega a ser publicado. Apesar dessa não ser a finalidade do projeto, essa falta da perspectiva de utilização posterior pode desmotivar o aluno e comprometer sua criatividade e empenho no trabalho.

Visto isso, a Smerch.lab procura dar a esses alunos a oportunidade de utilizar as propostas de projetos e atividades acadêmicas para criar materiais para empresas internacionais de forma remunerada. A participação do aluno entra na criação de materiais diversos, de acordo com a necessidade da empresa e do objetivo acadêmico atrelado à atividade, podendo variar desde a criação de um brand book, até o desenvolvimento de peças publicitárias.

O perfil desejado é de alunos universitários das áreas de Design, Design de Produto, Animação, Moda e afins. A ideia é dar a estes alunos oportunidades no mercado internacional e fazer seus projetos saírem do papel. Atualmente, para garantir um controle de qualidade sobre os trabalhos criados, primeiro é feito um estágio ou projeto com a Smerch.lab, para no futuro o aluno trabalhar junto a marca, idealizando designs e produtos para empresas parceiras da Smerch.lab.

Atualmente, a marca dispõe de poucos recursos publicitários para propagar a própria marca, como um site funcional, presença em mídias sociais e peças publicitárias. Com isso, a proposta deste projeto é criar uma peça publicitária capaz de atrair o público alvo da Smerch.lab.

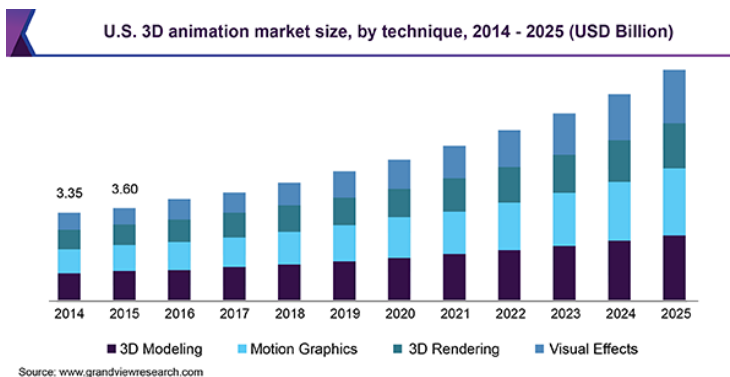
Nas mídias sociais, um dos formatos mais eficientes para comunicar informações, produtos e serviços é o vídeo. Em 2021, cerca de 81% dos negócios usam vídeos como uma ferramenta de marketing, um aumento substancial quando comparado aos 63% de 2020 (HUBSPOT, 2021). O aumento de consumo de vídeos em

dispositivos móveis bate 100% todos os anos recentes (INSIVIA, 2018). Atualmente, 6 em cada 10 pessoas já preferem assistir vídeos online do que televisão e na efetividade da mensagem passada, espectadores de vídeos retêm cerca de 95% da informação passada, enquanto leitores retêm cerca de 10% do conteúdo (INSIVIA, 2013). Também, 92% dos usuários que assistem vídeos online por dispositivos móveis compartilham esse conteúdo de alguma forma, na sequência (WORDSTREAM, 2018).

Enquanto a linguagem do vídeo, optou-se pela animação 3D. Essa área ganhou muita força no século XXI, com o uso da técnica em curta e longa metragens, e também com o maior uso de animações 3D em peças publicitárias. Em 2020, o mercado de animação 3D mundial foi de US \$16 bilhões e estimativas de grupos como Grand View Research apontam um mercado de US \$28 bilhões em 2025. Em 2018, o mercado de animação 3D no Brasil movimentou cerca de R\$4 bilhões (O Sul, 2018), mesmo o mercado brasileiro sendo consideravelmente fraco em animação 3D.

O gráfico abaixo demonstra o crescimento esperado do mercado de animação 3D dos Estados Unidos da América para o intervalo de uma década, separado por técnica:

### Gráfico 1 - Mercado de animação 3D nos EUA.



Fonte: Grand View Research (2019)

Sendo assim, o visível crescimento do 3D na publicidade digital nas últimas décadas, aliado à importância das redes sociais nos tempos atuais e também à relevância de conteúdo em vídeo na Internet, faz a autora acreditar que o projeto audiovisual deve ser focado nesse tipo de mídia (redes sociais) e formato de conteúdo (vídeo), utilizando animação 3D para expressar a mensagem desejada

Este projeto permeia a possibilidade de criar uma peça audiovisual para aplicação real, documentando desde as fases de pesquisa até os últimos detalhes sobre o desenvolvimento de uma peça audiovisual para redes sociais para fins publicitários



## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GERAL**

Desenvolvimento de um projeto de design audiovisual em animação 3D a fim de divulgar promocionalmente a marca Smerch.lab.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Desenvolver o roteiro técnico e os textos das narrações off-screen da peça audiovisual;
- Criar o design de personagens, cenários e demais elementos videográficos em 3D da peça audiovisual;
- Realizar todo o processo de animação, considerando o roteiro técnico previamente estabelecido.
- Realizar a edição e montagem da peça audiovisual, incluindo os elementos sonoros.

## **3. DELIMITAÇÕES DO PROJETO**

Este projeto se atém aos passos da pré-produção, produção e pós-produção de uma peça audiovisual com animação 3D. Estratégias de marketing e comunicação atreladas a disseminação, compartilhamento e engajamento não serão

abordadas. Acrescenta-se também a produção sonora, quanto ao que se relaciona à narração; e exclui-se a produção da trilha sonora, para a qual será utilizada uma obra de terceiros.

#### **4. JUSTIFICATIVA**

Para o desenvolvimento deste projeto, foram considerados alguns fatores importantes. O uso do 3D é principalmente de interesse pessoal, uma vez que a autora do projeto pretende usar essa oportunidade para desenvolver suas habilidades na área em que pretende atuar após se formar.

Também foi considerado o crescente interesse das pessoas por este tipo de entretenimento e o alto crescimento de valor de mercado e investimentos nessa área nos últimos anos.

Dentre outros motivos da escolha do tema do projeto, também é possível apontar a experimentação de unir uma iniciativa privada com o desenvolvimento de um projeto de uma instituição pública, explorando as diferentes possibilidades de criar e aplicar conhecimentos da área do Design e alcançar ambos objetivos propostos.

Como uma contribuição social, propõe-se a testar a metodologia de criação audiovisual proposta, acrescentando fases do desenvolvimento de animação 3D e assim auxiliar o desenvolvimento de futuros projetos universitários. A documentação tem como fim mostrar como cada etapa da

metodologia tem influência direta e positiva no resultado final da peça.

## 5. METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste projeto é uma combinação<sup>1</sup> das propostas de Gavin Ambrose e Paul Harris (2011), para produtos de design, e Catherine Winder e Zahra Dowlatabadi (2011), para produtos animados.

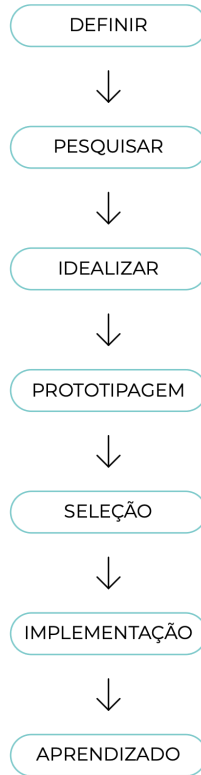
Segundo Ambrose e Harris (2011, p. 10), o design "é um processo que transforma um *brief* ou requisito em um produto ou uma solução", processo esse que compreende 7 fases:

1. Definição
2. Pesquisa
3. Idealização
4. Prototipação
5. Seleção
6. Implementação
7. Aprendizado / *Feedback*

O processo de design pode ser melhor compreendido através do fluxograma abaixo, que resume as 7 fases apresentadas por Ambrose e Harris:

---

<sup>1</sup> Essa adaptação metodológica para a concepção deste projeto é proposta por Jessé Santos (2020) em seu Projeto de Conclusão de Curso (PCC), no qual também teve como fim a produção de uma peça audiovisual com motion graphics.

**Fluxograma 1 - Metodologia linear de Design**

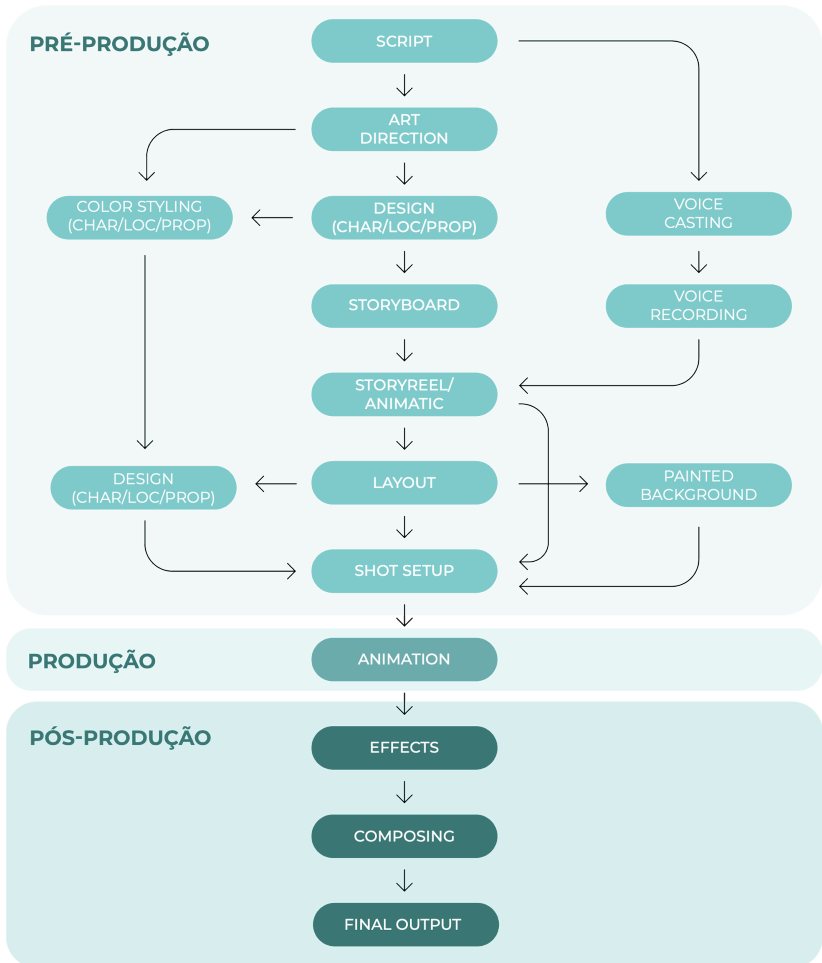
Fonte: Ambrose e Harris (2012 p. 12)

Ambrose e Harris (2011, p. 11) também definem cada uma das fases do processo de design, explicadas abaixo com adaptações e grifos do autor.

Primeiro, o problema de design e o público-alvo devem ser **(1) definidos**. Uma definição mais precisa e com mais restrições especificadas permite o desenvolvimento de soluções

de design mais exatas. Esta fase define o que é necessário para o projeto ser bem-sucedido. A fase de **(2) Pesquisa** revisa informações como o histórico desse problema no design, realiza pesquisa com usuários finais e entrevistas de opinião. O objetivo dessa fase é identificar potenciais obstáculos. A fase de **(3) Idealização** identifica as motivações e necessidades do usuário final, propondo ideais para solucionar o problema. Uma das formas de se realizar essa fase é, por exemplo, através de *brainstorms*. Em **(4) Prototipação**, as ideias da fase anterior são desenvolvidas como protótipos e apresentadas para os *stakeholders* (ou seja, as partes interessadas no projeto), que não são os clientes finais. Na fase de **(5) Seleção**, as propostas desenvolvidas na fase anterior são confrontadas de acordo com o objetivo descrito no processo de *(1) Definição*, e selecionadas as melhores opções (ou a melhor opção) de acordo com o *brief*. Já na fase de **(6) Implementação**, uma solução final é desenvolvida e apresentada para o cliente. Por fim, a fase de **(7) Aprendizado / Feedback**, se propõe a analisar feedback dos usuários e do cliente comparado com o descrito na fase (1) Definição, com o objetivo de aprendizado para melhorias no projeto ou em futuros projetos.

## Fluxograma 2 - Processo de produção de animação digital 2D.



Fonte: Winder e Dowlatbadi (2012 p. 228)

De acordo com a metodologia de Winder e Dowlatbadi (2011), o processo de criação de uma peça de animação pode ser dividida em três etapas gerais: (a) Pré-produção, (b) Produção e

(c) Pós-produção. A pré-produção tem como foco captar ideias e definir a partir delas o escopo inicial do projeto, dado pelo roteiro, o estilo de arte e o storyboard. Durante a parte de produção, a animação em si é produzida, respeitando as diretrizes definidas durante a etapa anterior. Em seguida, a parte de pós-produção foca na finalização do projeto, focando em adicionar efeitos, finalizar a composição e renderizar o arquivo final.

### Fluxograma 3 - Metodologia combinada



Fonte: Jessé Santos (2020, p. 28)

Vale ressaltar que por se tratar de uma produção audiovisual com animação 3D, a parte de (b) Produção engloba todas as fases referente ao processo específico.

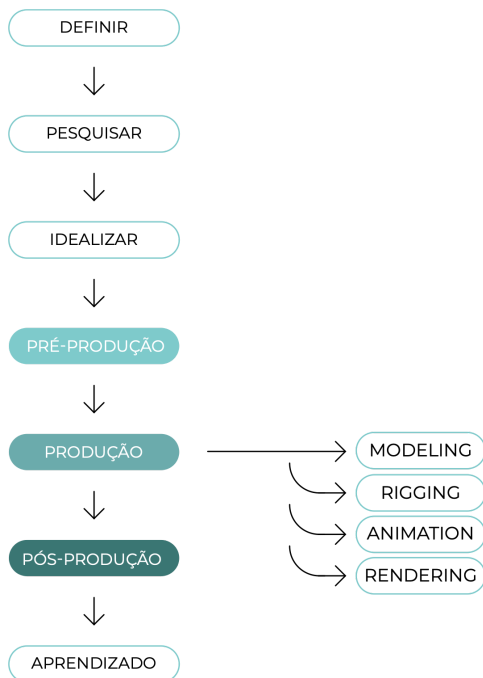
Segundo Andy Beane (2012, p. 10-15), a animação 3D pode ser definida como um termo generalista que engloba diversos setores de uma área de criação a partir de softwares e hardwares 3D. Podendo ser utilizada tanto na indústria do entretenimento como para fins científicos, a produção 3D é composta por diversas frentes com funções distintas. De forma resumida, temos 4 etapas: Modelagem, Rigging, Animação e Rendering.

A modelagem é a parte em que são construídos de forma tridimensional os personagens e cenários. O rigging prepara cada personagem/objeto para ser animado, a partir da criação de um esqueleto e sua influência nos modelos. Já a animação tem a finalidade de simular os movimentos ao longo dos frames, seja pela manipulação do objeto em cena ou pelo movimento da câmera. O rendering finaliza a produção adicionando texturas e luzes.

As metodologias descritas por Jessé são mais adequadas para uma produção audiovisual e serão adotadas como procedimento metodológico deste projeto, considerando os processos englobados na produção de uma animação 3D.



#### Fluxograma 4 - Metodologia a ser utilizada no PCC



Fonte: Elaborada pela autora

Nesse projeto, a metodologia será utilizada para facilitar e enriquecer o projeto, permitindo a organização das etapas e geração de diferentes alternativas. A definição é essencial para delimitar e compreender em linhas gerais as especificações para a produção audiovisual proposta pelo projeto. A parte da pesquisa permitirá um entendimento mais aprofundado sobre os tipos de animação, as tendências estilísticas e o público-alvo da peça. Por fim, a etapa da idealização é de extrema importância para trazer consistência para as fases finais, estabelecendo critérios e

especificações a serem seguidas na pré-produção, na produção e na pós-produção.

## **6. O PROJETO**

### 6.1 DEFINIÇÕES PRELIMINARES

#### **6.1.1 Conteúdo**

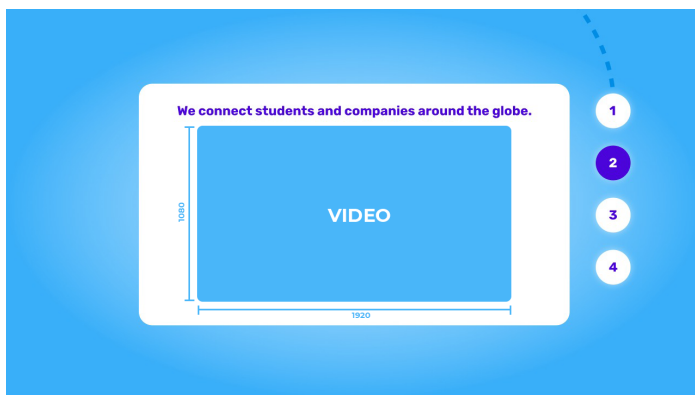
Para definição do conteúdo, já estava pré-definido que o projeto se trataria de uma produção de vídeo com animação 3D. Em seguida o Briefing teve um papel muito importante para alinhar expectativas e necessidades da empresa. Como já levantado anteriormente, a empresa tinha como objetivo principal captar alunos interessados em trabalhar junto à Smerch.lab. O maior desafio apontado foi a dificuldade de atingir esse público. De início, já fora apresentada a identidade visual da empresa, acompanhada pelo *brand book* criado por Natalia Simas(2020), para que a peça audiovisual seguisse a mesma forma de comunicação. Em seguida, foi definido que o projeto deveria contar com uma narrativa em que o estudante é o personagem principal, contando sua trajetória antes e depois de conhecer a Smerch.lab e focando nas vantagens e benefícios da parceria.

## 6.1.2 Formato

Durante as primeiras reuniões com representantes da empresa foi requisitado que o vídeo fosse produzido principalmente para a plataforma do site, mas que fosse adaptável para outras plataformas, uma vez que assim poderia atingir uma parcela maior do público-alvo.

Após a autora discutir sobre o assunto com um outro aluno da UFSC, que tem seu PCC (FIGUEIREDO, 2020) pautado na elaboração do site da empresa, foi-se determinado que o formato 16:9 seria o mais adequado, uma vez que seria o formato ideal para o wireframe proposto pelo mesmo.

**Figura 1** - Wireframe do site da empresa



Fonte: Elaborado pela Autora

Quanto à resolução a ser utilizada na produção audiovisual, esta deve estar adequada aos vídeos online, sendo portanto disponibilizada em alta definição (Full HD, 1920x1080 pixels).

### **6.1.3 Duração**

O tempo total da peça deve ser considerado, a fim de captar a atenção e reter o interesse do usuário. Segundo diversas pesquisas de comportamento e questionários, compilados numa pesquisa da Hurrdat Marketing (2020), a duração ideal de uma peça audiovisual é de no máximo 2 minutos. O interesse do vídeo começa a decair a partir do primeiro minuto e especificamente no Instagram, os primeiros 26 segundos são os mais cruciais. Como o propósito do vídeo é criar notoriedade sobre a marca e iniciar uma conversão, a peça deve ser curta e direta, para apenas apresentar a marca e não cansar o visualizador.

Em razão da propaganda ter a intenção de passar a mensagem de forma rápida e concisa, para assim captar uma parcela grande do público, foi determinado junto à empresa que o vídeo deveria ter uma curta duração. Logo, optou-se por criar um vídeo com duração em torno de 1 minuto, e caso não seja possível encaixar o roteiro exatamente nessa minutagem, o vídeo não deverá ultrapassar 1 minuto e 20 segundos de duração.

## 6.2 PESQUISA

### **6.2.1 O público-alvo**

A análise do público alvo foi realizada com maior foco nos dados coletados por uma enquete e no desenvolvimento de personas para representação do mesmo.

#### 6.2.1.1 Enquete

Para começar a entender o perfil dos alunos universitários brasileiros, foi divulgada uma enquete por meio de mídias sociais como Facebook e Whatsapp para pessoas cursando um dos seguintes cursos: Design, Design de produto, Moda, e Animação.

A enquete completa, assim como as respostas coletadas, estão disponíveis no APÊNDICE A. Ao todo, 49 pessoas responderam a enquete por completo ao longo de 1 semana, representando uma amostra pequena.

De forma geral, a maior parte das pessoas que participaram da pesquisa querem seguir nas áreas de UX/UI, Animação/Audiovisual, e Social Media. Seus principais meios de conexão social digitalmente são o Whatsapp, o Youtube e o Instagram, sendo o consumo de vídeos muito comum, independente da plataforma. Seguindo para análise de suas perspectivas sobre o futuro, elas buscam ter estabilidade, contando com emprego fixo e remuneração boa. Vale ressaltar

que uma parcela considerável se vê trabalhando como freelancer ou abrindo seu próprio negócio.

Tendo em mente que os resultados obtidos não poderiam ser generalizados, dado a quantidade de respostas prevista, o objetivo era captar as características e gostos principais dos estudantes da área, aplicando uma análise mais qualitativa dos dados finais. A partir das respostas, os atributos levantados como mais comuns foram utilizados para compor os perfis das personas e dos personagens criados para a peça final.

#### 6.2.1.2 Personas

Personas, segundo Pruitt e Adlin (2005, p. 11) podem ser definidas como Representações fictícias, específicas e concretas do público-alvo. Elas são ferramentas que ajudam a compilar características comuns em um grupo, principalmente características de personalidade e comportamento. Ao mesmo tempo, elas revelam os desejos e frustrações que uma grande parcela do público compartilha, podendo ser de grande auxílio na identificação de como a empresa pode ser útil para estas pessoas.

Para esse projeto, a criação das personas teve como base os resultados da enquete destinada ao público alvo, na qual as perguntas tinham o intuito de analisar os gostos, hábitos e modo de agir de alunos das áreas do design e cursos semelhantes. Para casos em que a pergunta gerou empate entre as respostas, foi

utilizado como critério a experiência e vivência de quem vos escreve, uma vez que quatro anos de observação em campo acrescenta certa credibilidade às decisões relativas às características que definem o estudante da área.

Assim, foram definidas as seguintes personas:

**Tabela 1** - Personas

**Figura 2** - Representação da persona Marina



Fonte: GRIFFITH, Alisson (2018)

**Marina, 21 anos**

**Local:** Florianópolis

**Escolaridade:** Graduação ( 5 período) - UFSC

**Área da atuação:** UX/UI

**Gostos:** Video games, gatos, Vegana,

**Hábitos:** Pratica Yoga sempre que pode, jogar videogames já faz parte de sua rotina.

**Redes Sociais:** Instagram Feed, Whatsapp e youtube

**Desejos e sonhos:** Quer fazer sua carreira em Florianópolis e se tornar reconhecida por seu trabalho na região. Não quer ser rica, mas quer ser feliz fazendo o que ama.

**Frustrações e medos:** Tem medo de estar despreparada para o mercado de trabalho depois que terminar a faculdade

**Traços da personalidade:** Tímida, Simpática, Respeita a natureza, Mãe de pets.

**Figura 3** - Representação da persona Cassio



Fonte: MIROW, Mei-Ling (2021)

**Cassio, 25 anos**

**Local:** São José

**Escolaridade:** Graduação (8 período) - São Paulo

**Área da atuação:** Animação

**Gostos:** Animes, desenhos animados, slow fashion

**Hábitos:** Desenhar personagens de livros, andar de bicicleta

**Redes Sociais:** Whatsapp, LinkedIn, Pinterest



**Desejos e sonhos:** Quer ir para os Estados Unidos trabalhar como animador em um dos grandes estúdios de animação.

**Frustrações e medos:** Quer que seu PCC tenha qualidade e finalidade real, mas tem medo de não ser interessante o suficiente para ajudar ele a conseguir um emprego no Canadá

**Traços da personalidade:** Gosta de estar sempre perto dos amigos, curioso e autodidata.

**Figura 4** - Representação da persona Laura



Fonte: YANKOVICH, Jonnelle (2019)

**Laura, 19 anos**

**Local:** São Paulo

**Escolaridade:** Graduação (4 período) - UDESC

**Área da atuação:** Social Media

**Gostos:** Moda, Academia, música eletrônica

**Hábitos:** Gosta de estar sempre atualizada sobre as últimas tendências e sobre as notícias do mundo do design de moda.

**Redes Sociais:** Instagram Stories e Feed, Whatsapp, Tik Tok.

**Desejos e sonhos:** Ter sua própria loja com roupas criadas por ela, com artes excêntricas e inovadoras.

**Frustrações e medos:** Não aguentar mais fazer projetos para empresas inventadas e depois ver seu trabalho não tendo nenhuma aplicação real.

**Traços da personalidade:** Extrovertida, positiva, divertida, sonhadora

Fonte: Elaborada pela Autora

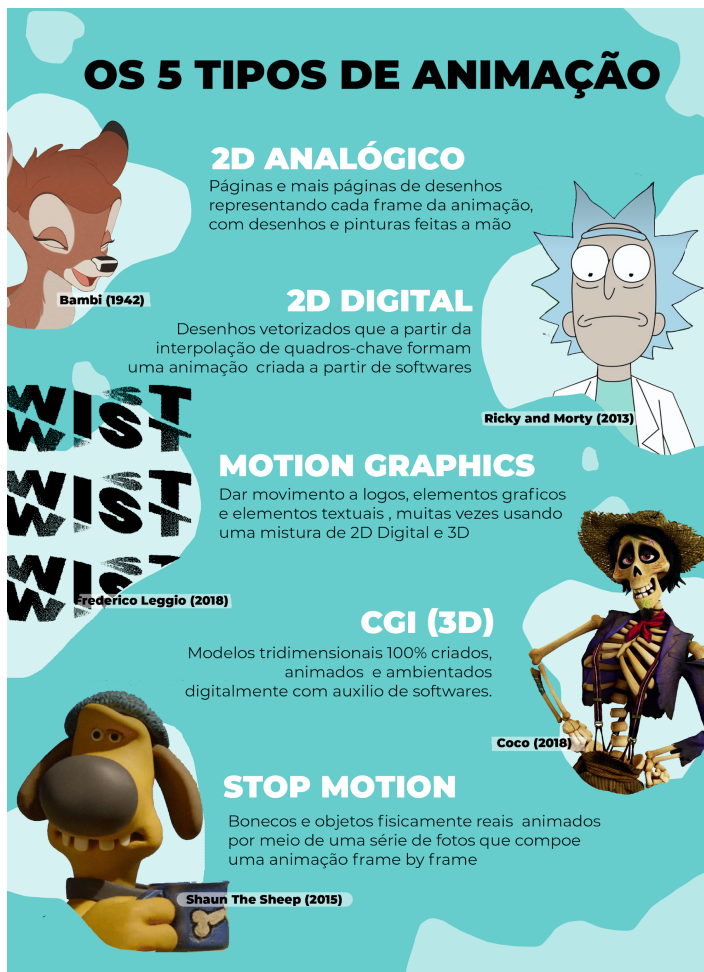
A criação de personas teve grande impacto na busca de referências e decisões quanto às escolhas estéticas e narrativas tomadas ao longo do projeto.

## 6.2.2 Animação

### 6.2.2.1 Estilos de Animação

Segundo diversos autores, incluindo o site da *New York Film Academy (NYFA)*, a área da animação em si abrange uma série de técnicas que podem ser agrupadas em 5 categorias: Animação 2D tradicional, Animação 2D digital, Motion Graphics, Stop Motion e Animação 3D. No infográfico podemos ver algumas informações a respeito destas.

## Infográfico 1 - Os 5 tipos de Animação



Fonte: Adaptado de Nyfa.edu (2017)

Na figura acima, vemos algumas características levantadas a respeito de cada uma das categorias de animação. A animação 2D Analógica foi a primeira a se popularizar, sendo

uma das técnicas mais utilizadas pelos estúdios Disney durante o século passado, como, por exemplo, no longa-metragem *Bambi* de 1942. Esse tipo de animação é criado por meio de uma sequência de desenhos fotografados de modo a criar os movimentos.

A animação 2D digital surge com o avanço tecnológico que permitiu a utilização de softwares digitais para a manipulação de imagens vetoriais e é uma técnica muito utilizada até hoje na produção de séries e filmes, agilizando e barateando o processo. O *motion graphics* é uma técnica que foca na animação de elementos gráficos ou textuais e assinaturas visuais, sendo estes tanto bidimensionais, quanto tridimensionais.

Na animação 3D, os modelos são exclusivamente tridimensionais e são criados digitalmente, sendo animados e ambientalizados a partir de softwares. Por fim, o *stop motion* também usa modelos 3D, porém esses são fisicamente reais e tem sua animação criada a partir de fotos que registram o deslocamento de suas partes.

Para este projeto, optou-se pelo uso do recurso 3D (CGI). No entanto, é importante identificar os diferentes estilos visuais presentes dentro deste tipo de animação.

### **6.2.2.2 Estilos Visuais**

O uso de modelagem 3D permite que diversos estilos visuais sejam utilizados para diferentes propósitos. Apesar de conteúdos com classificações específicas serem escassos, tanto em materiais acadêmicos quanto em artigos online, alguns extremos são levantados por autores diferentes. Na pesquisa sobre estes estilos, foram compilados alguns desses opostos, a fim de listar de forma sucinta, algumas das possibilidades estilísticas que o mercado tem hoje em dia. As classificações apresentadas tiveram como inspiração o artigo intitulado "Principais processos da modelagem 3D" (Everis Brasil, 2019).

#### **6.2.2.2.1 Realista - Estilizada**

O conceito de realismo está diretamente relacionado com o fotorrealismo, trazendo consigo a ideia de proporções, texturas e silhuetas que se assemelham a objetos e pessoas reais, nos trazendo a falsa percepção que se trata de algo fotografado ou filmado. Por outro lado, a representação estilizada se aproxima mais do conceito de ícone, se tratando de uma forma meramente representativa. Sendo assim, pode ser definido como um “Signo que expressa uma relação de semelhança ou analogia com o objeto que designa ou representa” (Dício, 2021). Essas duas formas de representação demonstram as extremidades de um espectro.

No universo da representação 3D, é comum ver obras apresentando diferentes níveis de realismo e estilização, localizando-se em posições distintas do espectro e caracterizando estilos visuais diferentes.

**Figura 5** - Exemplos de Realista e Estilizada



Fonte: Adaptado de Ali (2021) e Li (2020)

#### **6.2.2.2 High poly - Low poly**

Os termos *high poly* e *low poly* se referem a complexidade da malha de um objeto/personagem. Uma alta quantidade de polígonos presentes na geometria do personagem o classifica como High poly, já o Low poly se refere ao inverso. Essa diferença é capaz de mudar de forma brusca a aparência da representação e assim como no caso anterior, os dois termos se referem a extremos opostos. Ou seja, é possível ter diferentes

níveis de complexidade de malha, permitindo resultados estéticos diversos.

**Figura 6** - Exemplos de High poly - Low poly



Fonte: Adaptado de Kreismann (2021) e Hamada (2016).

### **6.2.2.2.3 Flat-like - 3D-like**

A representação 3D sempre terá a tridimensionalidade como parte de suas propriedades. Entretanto, vem se tornando cada vez mais popular o uso desse tipo de animação para produzir obras com aparência bidimensional. Essa forma de representação elimina a aparência de volume que é natural do 3D, utilizando-se de técnicas que tornam o elemento da terceira dimensão quase imperceptível. Em um extremo oposto, vemos a utilização da modelagem 3D para criar formas que exploram assiduamente os efeitos permitidos pelo volume dos objetos, criando obras que dão a ilusão de serem palpáveis.

**Figura 7** - Exemplos de Flat-like e 3D-like



Fonte: Adaptado de Lemaire (2020) e Gomes (2021)

#### **6.2.2.4 Organic modeling - Hard surface**

*Organic modeling* pode ser livremente traduzido como modelagem orgânica, referindo-se à criação de formas e objetos mais sinuosos, com poucas superfícies chapadas e com uma aparência mais irregular. Humanos, animais e árvores são alguns dos exemplos de objetos considerados orgânicos, se representados de forma mais realista. Por outro lado, *Hard surface modeling* se refere à representação de criações humanas, especialmente aquelas que contam com arestas marcadas, superfícies extremamente retas e uma aparência de maneira geral mais mecânica. Assim como nos outros casos, há diversas representações que podem contar com diferentes níveis de organicidade ou superficialidade mecânica, criando assim um novo espectro de representação.



**Figura 8** - Exemplos de Organic modeling - Hard surface



Fonte: Adaptado de EGM Studio (2019) e Zigrino (2020).

Após a análise dos estilos visuais que podem ser criados a partir da tecnologia 3D, definiu-se que para o projeto em questão, a ideia central é criar um aspecto mais icônico e tridimensional, com uma quantidade média de polígonos e uma técnica de modelagem variada, de acordo com se achar necessário para cada tipo de objeto. Esta escolha está diretamente relacionada com o teor da mensagem que se pretende passar a peça e o às tendências estilísticas a serem estudadas nas referências visuais.

### 6.2.2.3 Referências visuais

#### **6.2.2.3.1 Personagens**

Para os personagens, optou-se por empregar modelos mais minimalistas e abstratos, com formas geométricas mais simplificadas para compor os corpos. É possível detectar que formas como cilindros e círculos usados como base para a silhueta desses personagens trazem visual mais amigável e delicado.

Destaca-se que a simplificação escolhida para representações se dá também em relação ao vestuário dos personagens, uma vez que é pretendido que suas roupas apenas acompanhem a silhueta, sem apresentar características realistas como vincos e textura.

Um último detalhe é a escolha do uso de uma base padrão para o corpo dos personagens, fazendo a diferenciação entre eles por meio de cores, cabelos e acessórios.

**Figura 9** - Referência de personagem (1/2)



Fonte: Ozama (2021)

**Figura 10** - Referência de personagem (2/2)



Fonte: Chang e Gabrit (2020)

### 6.2.2.3.2 *Objetos Secundários*

Para o cenário, busca-se uma representação também minimalista, podendo assumir formas mais abstratas ainda. O uso das cores será baseado em paletas monocromáticas ou muito restritivas, utilizando variações de uma única matiz.

Assim como as peças de exemplo apresentadas abaixo, serão utilizadas formas mais cartunizadas, assumindo um caráter mais afastado do fotorrealismo para representação dos personagens.

**Figura 11** - Referência de cenário (1/2)



Fonte: Jungmin Studio (2021)

**Figura 12** - Referência de cenário (2/2)



Fonte: Enoians (2015)

### **6.2.2.3.3 Análise audiovisuais**

Após analisar os estilos visuais, foi realizada uma breve análise sobre peças audiovisuais já existentes que usam a animação 3D como a ferramenta principal de representação do conteúdo. Uma análise de caráter mais publicitária foi realizada também e pode ser consultada no **APÊNDICE B**.

A primeira peça foi criada para o Banco Tesco no ano de 2016, porém ainda apresenta um estilo visual que se manteve popular até os dias de hoje. Em relação ao propósito, vemos que o objetivo principal é vender o cartão criado pelo banco.

**Figura 13** - Animação do Banco Tesco.



Fonte: Quick e Drake (2016)

A mensagem, no geral, tem o objetivo de conquistar novos clientes mostrando atividades que se associam com o dia a dia dos consumidores. Seduz-se o espectador mostrando como as compras diárias podem ajudá-lo a ter mais tempo de lazer de forma mais rápida ao utilizar o cartão de crédito anunciado.

Destaca-se o uso de elementos visuais que ilustram conceitos de maneira realista, como as pessoas em volta da mesa para representar uma noite divertida com amigos, e também o uso de representações mais simbólicas, como a taça de drink

representando um momento de lazer e descanso. Além disso, é importante ressaltar que a parte visual tem a finalidade de complementar o que é dito na narração, adicionando um novo nível de interpretação que torna o conteúdo mais rico, mas não é possível compreender o vídeo sem a narração. Ao mesmo tempo, o texto narrado se torna bem menos persuasivo sem a parte visual, o que reforça a complementaridade das partes para produção da peça. Um último fator que vale ser apontado é o uso de transições suaves, sem cortes secos entre uma cena e outra, efeito facilitado pelo uso do mesmo fundo branco existente durante a peça inteira.

A segunda peça analisada foi criada pelo estúdio Kasra Design para divulgação da própria empresa, explicando o processo de criação da empresa e como o cliente pode participar do desenvolvimento de peças.

**Figura 14** - Animação do Kasra Design.

Fonte: Kasra Design (2018)

Esse vídeo se destaca muito pelas cores fortes e cenas mais monocromáticas, aspecto que acaba chamando muito a atenção do espectador. Já em relação ao estilo visual dos personagens e elementos secundários, é notável a representação mais icônica e minimalista, com o uso de formas mais geométricas e sem muitos detalhes. Cada uma das cenas tem o objetivo de retratar as etapas de criação relacionadas ao processo, seja de forma simbólica (malas e pastas representando o conteúdo de referência) ou até mesmo de maneira literal (pessoas



na sala de reunião para representar a reunião com o cliente). Mesmo com imagens que fazem bastante sentido em relação ao que é narrado, não é possível compreender o que a peça quer passar somente com a parte visual. Ao mesmo passo, a redação seria monótona sem algum tipo de representação visual.

Na totalidade, vemos que a ideia principal com a propaganda é mostrar a qualidade da produção ao passo que informa o possível cliente sobre como se dará o processo, assim tranquilizando-o.

Depois das análises realizadas, alguns pontos foram considerados interessantes para a confecção do projeto. O uso de um plano de fundo de cor sólida irá permitir uma animação mais atraente. Assim como a ausência de cortes entre as cenas, proporciona uma troca mais suave entre as cenas. Outro ponto considerado interessante foi o uso de cores fortes e vibrantes para chamar mais atenção do público que encontrar a propaganda em meio a outras publicações no feed do Instagram.

Por fim, as representações mais simbólicas e as mais literais combinadas trazem uma nova perspectiva sobre o assunto tratado em cada uma das propagandas. Apontado isso, será feita uma peça que contenha ambas formas de passar o conteúdo.

#### 6.2.2.4 Análise da marca Smerch.lab

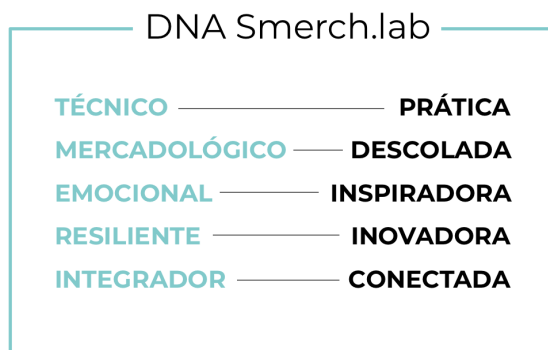
Para melhor representar uma marca, é necessário entender a comunicação desta como um todo. A Smerch.lab conta

com uma comunicação visual que toma como base o *brand book* idealizado por Nathalia Simas (2020). Com a finalidade de entender de forma mais aprofundada como a marca se apresenta, uma breve análise foi realizada com base no conteúdo previamente criado, levantando pontos mais relevantes para a produção deste projeto.

#### **6.2.2.4.1 DNA da marca**

O DNA da marca é uma ferramenta utilizada para identificar os adjetivos que compõem a essência da empresa, identificando a forma com que esta se apresenta de acordo com os diferentes conceitos: Técnico, Mercadológico, Emocional, Resiliente e Integrador. No caso da Smerch.lab, definiu-se as seguintes palavras da figura 15.

**Figura 15** - DNA da Smerch.lab



Fonte: Adaptado de Simas ((2020 p. 47)

Essa informação é importante para entender como a marca deve ser representada tanto visualmente como verbalmente. No caso da peça a ser criada no projeto, já podemos apontar a necessidade de representar a empresa de forma a ressaltar essas qualidades e reforçar a imagem que se pretende estabelecer.

#### **6.2.2.4.2 Identidade verbal**

O uso de uma Identidade verbal já estabelecida pela marca, garante que a peça seja capaz de alinhar sua narrativa com a personalidade da empresa que está representando. No brandbook da Smerch.lab, Natalia discorre sobre diversos aspectos atrelados a este tópico, como o tom de voz a ser utilizado, diretrizes a serem respeitadas e o vocabulário adequado para representar a marca. De forma geral, vemos a preocupação em estabelecer uma linguagem atrativa, jovial porém ao mesmo tempo forte e imponente. Pontos como o uso de metáforas e verbos fortes são capazes de exemplificar a proposta da marca.

#### **6.2.2.4.3 Significado do logo**

Por fim, viu-se interessante explorar o logotipo que representa a marca em questão para aprofundar a narrativa visual

no aspecto que deve ser mais memorável ao espectador: o símbolo da marca.

**Figura 16** - Marcas visuais da Smerch.lab



O logo da Smerch.lab



O símbolo da Smerch.lab

Fonte: Adaptado de Simas (2020 p.114)

*O formato do símbolo foi inspirado por uma bússola. Ele carrega o conceito de orientação. A bússola indica o caminho e as direções a serem seguidas para chegar a um destino desejado com segurança. Também representa a possibilidade de mudança e o desejo de encontrar uma nova forma de vida. O espaço dinâmico entre a seta é baseado nos arcos de uma ponte que ilustram o propósito da Smerch Lab, as conexões entre diferentes culturas e pessoas. O círculo é propositalmente colocado no centro do símbolo para ilustrar a individualidade, que é algo muito defendido pela marca. (SIMAS, 2020, p.111)*

Segundo a descrição dada pela própria desenvolvedora do símbolo, este se mostra carregado de conceitos que definem a marca, trazendo em si perspectiva de mudança, conexões e futuro. É de grande importância explorar essas ideias ao longo da peça a ser criada, seja por meio de metáforas ou até mesmo formas mais literais.

A partir desses conceitos da marca e dos objetivos comunicacionais da peça, foi definido, portanto, um roteiro para criação da peça.

## 6.3 IDEALIZAÇÃO

### **6.3.1 Roteiro**

O roteiro surge como uma ferramenta para explorar a temática principal, definindo qual rumo a peça deverá seguir. Para o projeto, foram criados 3 roteiros iniciais (APÊNDICE C) a fim entender a qual estilo de narrativa a Smerch.lab preferida e qual dos dois públicos (estudantes ou empresários) seria o alvo da peça.

Foi decidido que a peça teria foco em estudantes de universidades e que a narrativa deveria ser baseada no caso de Nathalia Simas, que atualmente trabalha na Smerch.lab mas já fez seu PCC (Projeto de Conclusão de curso) junto à empresa no passado.

## Figura 17 - Roteiro Narrativo

### Roteiro - Narrativa

Essa é a Naty, ela era uma estudante criativa assim como você. Durante os quatro anos de graduação, ela fez muitos projetos e trabalhos geniais. Pena que nenhum saiu do papel.

Depois de ter tantas de suas ideias desperdiçadas, ela encontrou nós da Smerch.lab. Demos a Nathy a oportunidade de colocar em prática suas atividades acadêmicas e podemos fazer o mesmo por você.

Vamos conectar sua criatividade com uma empresa internacional, dando vida aos seus projetos da faculdade.

E tem mais, você também vai desenvolver seu inglês, ter experiência com o mercado internacional e a sua ideia ainda pode te render uma graninha.

Hoje a Nathy faz parte da equipe da Smerch e conta com nossa ajuda para montar seu próprio negócio.

Faça que nem a Nathy e não perca a oportunidade de tirar seus projetos do papel com a gente.

Smerch.lab não é sobre ter ideias, é sobre fazer elas se tornarem realidade.

Fonte: Elaborada pela Autora

A partir desse primeiro roteiro, foi desenvolvido o Roteiro técnico, o qual contém informações sobre a duração de cada cena e descrição tanto dos aspectos imagéticos quanto dos sonoros. A partir dele, pode-se explorar ideias para o projeto antes mesmo de começar o *Storyboard*.

**Figura 18 - Roteiro Técnico (1/2)**

CENA	TEMPO	IMAGEM	ÁUDIO
1A/B	<p><b>Início:</b> 00:00</p> <p><b>Término:</b> 00:13</p> <p><b>Duração:</b> 00:13</p>	<p>A cena inicial com um fundo azul e nuvens se movendo lentamente pela tela. A câmera vai descendo e revelando a personagem principal.</p> <p>A personagem está escrevendo em um caderno. Aos poucos alguns papéis com elementos vão surgindo em volta da cabeça dela, enquanto que outros sem branco vão caindo no fundo. Esses papéis saem de cena como se um vento central empurrasse eles para fora; ao mesmo passo que a personagem fica triste.</p>	<p><b>Narração</b> Essa é a Naty, ela era uma estudante criativa assim como você. Durante os quatro anos de graduação, ela fez muitos projetos e trabalhos geniais. Pena que nenhum saiu do papel.</p> <p><b>Música de fundo:</b> Música neutra</p> <p><b>Efeito Sonoro:</b> Som do lápis riscando o papel, dos elementos surgindo e deles voando para fora da cena.</p>
1C	<p><b>Início:</b> 00:13</p> <p><b>Término:</b> 00:24</p> <p><b>Duração:</b> 00:09</p>	<p>O símbolo voador vai surgindo de trás da cena, a volta na escrivaninha da personagem. Ao mesmo tempo, esta levanta da cadeira, se mostra feliz e segue com os olhos o símbolo. Quando o símbolo para de se mover na frente da escrivaninha, a personagem vai até o símbolo e sobre em cima dele. Depois disso, o símbolo voador alça voo de novo, indo para cima/direita.</p>	<p><b>Narração:</b> Depois de ter tantas de suas ideias desperdiçadas, ela encontrou nós da Smerch.lab. Demos a Naty a oportunidade de colocar em prática suas atividades acadêmicas e podemos fazer o mesmo por você.</p> <p><b>Música de fundo:</b> Música mais alegre.</p> <p><b>Efeito Sonoro:</b> Som do símbolo voando e da personagem subindo no símbolo.</p>
2A	<p><b>Início:</b> 00:24</p> <p><b>Término:</b> 00:29</p> <p><b>Duração:</b> 00:05</p>	<p>O Símbolo para, a personagem desce dele e caminha até uma segunda personagem representando o a Smerch.lab. Atrás dela estará um segundo símbolo maior e na vertical. As personagem se cumprimentam com um aperto de mãos. Um zoom in vai revelar a nova cena dentro do círculo no meio do símbolo atrás delas.</p>	<p><b>Narração:</b> Vamos conectar sua criatividade com uma empresa internacional,</p> <p><b>Música de fundo:</b> Música alegre.</p> <p><b>Efeito Sonoro:</b> som da personagem principal descendo do símbolo.</p>
3A	<p><b>Início:</b> 00:29</p> <p><b>Término:</b> 00:31</p> <p><b>Duração:</b> 00:02</p>	<p>Dentro do círculo estão as duas personagens de perfil sentadas à frente de suas escrivaninhas. Elementos representando suas ideias vão surgindo a partir das duas cabeças e se movem para cima.</p>	<p><b>Narração:</b> Dando vida</p> <p><b>Música de fundo:</b> Música alegre.</p> <p><b>Efeito Sonoro:</b> Som do teclado sendo usado</p>
3B	<p><b>Início:</b> 00:31</p> <p><b>Término:</b> 00:34</p> <p><b>Duração:</b> 00:03</p>	<p>Quando podemos ver apenas os elementos representando ideias, eles começam a ir para direita. Um prédio da Smerch.lab aparece e quando os itens passam por ele, se transformam em dispositivos móveis, os quais continuam a se movimentar para a direita.</p>	<p><b>Narração:</b> Aos seus projetos da faculdade</p> <p><b>Música de fundo:</b> Música alegre.</p> <p><b>Efeito Sonoro:</b> Som de uma máquina fabricando objetos.</p>

Fonte: Elaborada pela Autora

**Figura 19 - Roteiro Técnico (2/2)**

CENA	TEMPO	IMAGEM	ÁUDIO
3C	<p><b>Início:</b> 00:34</p> <p><b>Término:</b> 00:36</p> <p><b>Duração:</b> 00:02</p>	Com os dispositivos sendo os únicos elementos na tela, um braço surge da direita e pega o aparelho do meio, puxando-o de volta para a direita.	<p><b>Narração:</b> x</p> <p><b>Música de fundo:</b> Música alegre.</p> <p><b>Efeito Sonoro:</b> Som do braço se movendo rapidamente</p>
3D	<p><b>Início:</b> 00:36</p> <p><b>Término:</b> 00:41</p> <p><b>Duração:</b> 00:05</p>	Um zoom out revela que o braço é da personagem principal, que agora esta olhando para tela do dispositivo com muita felicidade. Ela então vira a tela para o espectador, revelando o conteúdo. Um zoom in mostra mais de perto o que está sendo apresentado. Primeiro apenas tem o símbolo da smerch.lab, mas então começam a surgir círculos com elementos representando os benefícios de trabalhar com a Smerch.lab,	<p><b>Narração:</b> E tem mais, você também vai desenvolver seu inglês, ter experiência com...</p> <p><b>Música de fundo:</b> Música alegre.</p> <p><b>Efeito Sonoro:</b> Som dos círculos começando a surgir</p>
4A/B	<p><b>Início:</b> 00:41</p> <p><b>Término:</b> 00:48</p> <p><b>Duração:</b> 00:07</p>	Com a tela ocupando o quadro inteiro, os círculos terminam aparecer e depois do fim da narração, voltam para trás do símbolo. Então este vai para a direita enquanto um cartão de embarque vai se formando na tela a partir do símbolo. Depois de totalmente montado o ticket, ele vira 180 graus, revelando o verso.	<p><b>Narração:</b> o mercado internacional e a sua ideia ainda pode te render uma graninha. Hoje a Nathy faz parte da equipe da Smerch.lab...</p> <p><b>Música de fundo:</b> Música alegre.</p> <p><b>Efeito Sonoro:</b> Som dos círculos voltando.Som do cartão se formando</p>
5A/B	<p><b>Início:</b> 00:48</p> <p><b>Término:</b> 00:56</p> <p><b>Duração:</b> 00:08</p>	No verso está a personagem principal montada no símbolo voador, em meio a um cheio de nuvens. Com um zoomin, o céu preenche a cena, não sendo possível ver que faz parte de um Ticket de embarque. A personagem pega alguns itens representando o projeto para seu próprio negócio e logo depois os coloca de volta na superfície do símbolo. Por fim o símbolo volta a alçar voo e fazendo um caminho de meio círculo, vira para trás e se desloca para fundo, desaparecendo entre as nuvens.	<p><b>Narração:</b> e conta com nossa ajuda para montar seu próprio negócio. Faça que nem a Nathy e não perca a oportunidade de tirar seus projetos do papel com a gente.</p> <p><b>Música de fundo:</b> Música alegre.</p> <p><b>Efeito Sonoro:</b> Som do símbolo voando</p>
6A	<p><b>Início:</b> 00:56</p> <p><b>Término:</b> 01:00</p> <p><b>Duração:</b> 00:04</p>	Entre as nuvens então surge o símbolo da Smerch.lab bem grande, vindo da parte de cima da tela. Para finalizar a peça, ele fica parado no meio do quadro.	<p><b>Narração:</b> Smerch.lab não é sobre ter ideias, é sobre fazer elas se tornarem realidade.</p> <p><b>Música de fundo:</b> Música alegre.</p> <p><b>Efeito Sonoro:</b> X</p>

Fonte: Elaborada pela Autora



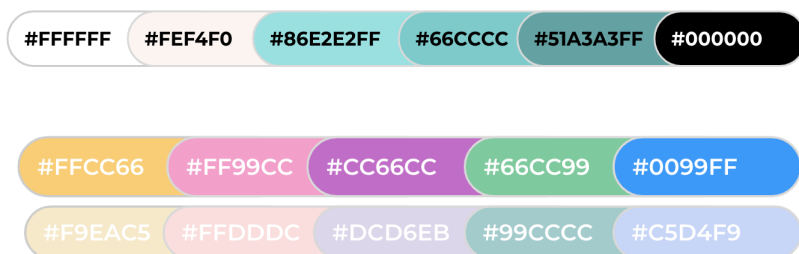
Durante as fases seguintes, o roteiro sofreu algumas alterações. Essas foram necessárias devido ao tempo limitado do projeto, tornando necessário simplificar algumas das animações propostas.

### 6.3.2 Paleta de Cores

A paleta de cores auxiliará no objetivo de manter a identidade concisa ao longo da peça. Uma vez que a empresa já tem a combinação visual bem definida em seu *brand book* desenvolvido por Nathalia Simas (2020), foi definido que a mesma paleta outrora definida será usada para o projeto tbm.

Com isso temos a paleta principal composta pelas variações da cor principal da marca, acompanhada de cores neutras como branco, off-white e o preto. E como paleta secundária, temos diferentes cores em tons pastel e outras mais vibrantes.

**Figura 20** - Paletas de cores do projeto



Fonte: Elaborada pela Autora

### 6.3.3 Painel Visual

Para Tais Vieira Pereira, (2010) o moodboard pode ser definido como um quadro que combina diversas referências com fim de representar a atmosfera do projeto, sendo uma fonte de referências e direcionamentos para o Designer conseguir acessar conceitos mais subjetivos que o projeto pretende transmitir. A partir da natureza semântica do recurso, seus elementos são capazes de gerar "metáforas que oportunizam a visualização do projeto" (Pereira, 2010).

Seguindo a mesma linha de raciocínio, a concepção do *moodboard* para este projeto teve como fim a coleta de trabalhos de outros artistas e de cores que vão servir de inspiração para a concepção da peça final. Optou-se por criar uma montagem utilizando tais elementos de forma a compor uma composição que expressasse os conceitos que pretende-se transmitir a partir do vídeo.

**Figura 21** - Moodboard do projeto



Fonte: Elaborada pela Autora

No moodboard temos a utilização das cores oficiais da marca, dando grande ênfase na cor principal da Smerch.lab, sendo a tonalidade azulada ao fundo. A ideia é criar fundos com cores sólidas, para manter um visual mais discreto para o mesmo, chamando a atenção para o personagem e elementos-chave para contextualizar as cenas.

Já em relação à representação dos elementos, incluindo personagens, será utilizada uma modelagem mais minimalista e mais próxima ao abstrato do que realista, utilizando formas mais geométricas e menos detalhes, se aproximando da ideia de flat design. Por fim, as formas arredondadas e fluidas tem grande presença na peça, com a finalidade de criar um aspecto mais amigável e convidativo.

### **6.3.4 Concept Design do personagem**

Após finalizado o moodboard, o próximo passo é definir como será o design de cada personagem. É necessário que as características delas consigam retratar a personalidade de cada uma das personagens. Sendo assim, foram explorados atributos que remetem a uma estudante de design e para a segunda personagem, a intenção é representar a Gesy Lynn, fundadora da empresa, mas sem tirar de foco que a empresa Smerch.lab quer ser identificada como descolada. Optou-se por utilizar a mesma base de corpo para as duas, de forma a facilitar o processo e trazer mais uniformidade.

Para a peça final, as linhas de contorno da personagem não vão ser utilizadas. Porém, para a finalidade de entender a forma da personagem, optou-se por manter as linhas nessa fase do projeto. A intenção por trás das escolhas realizadas no design da personagem é, principalmente, representar uma mulher jovem que representasse uma estudante de design. O vestuário, a cor do cabelo e os piercings simbolizam a criatividade, assim como a tendência de estilo se encontra em universidades que envolvem criação artística. Já a silhueta e as proporções tem o fim de deixar a personagem mais próxima do estilo escolhido para a peça, trabalhando formas arredondadas que tornam os modelos mais amigáveis e convidativos.

**Figura 22** - Concept design da personagem principal



Fonte: Elaborada pela Autora

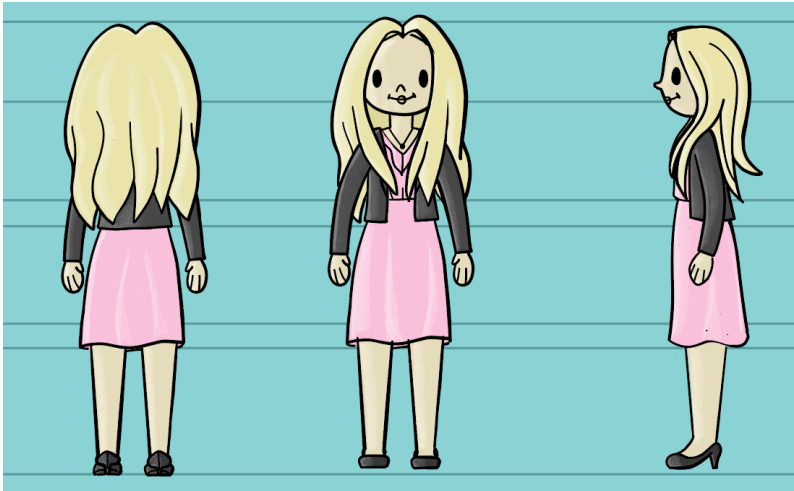
Para facilitar os próximos passos, também foi ilustrado o *turnaround* das duas personagens que vão aparecer na peça. Dessa forma já podemos ter todas as vistas necessárias para fazer a modelagem de cada uma.

**Figura 23** - *Turnaround* da personagem principal



Fonte: Elaborada pela Autora

**Figura 24** - *Turnaround* da personagem secundária



Fonte: Elaborada pela Autora

## 6.4 PRÉ-PRODUÇÃO

### **6.4.1 Storyboard**

O *Storyboard* é a primeira representação visual do roteiro na íntegra (BEANE, 2012, p. 28). Ele inclui ideias iniciais de enquadramento, possíveis efeitos visuais e poses/cenas chave dos principais momentos da peça (BEANE, 2012, p. 28). Ele pode ser representado de diversas formas, entretanto nesse projeto a ideia era fazer ilustrações com tons de cinza para representar diferentes distâncias em relação a câmera. Além disso, optou-se por usar o contorno na cor preta em cada elemento, a fim de tornar mais clara a delimitação de cada elemento.

A confecção do *storyboard* foi de grande auxílio exatamente por ilustrar as ideias para cada parte da peça e por adicionar o entendimento do tempo que cada cena permanece no quadro.

## Figura 25 - Quadros-chave do Storyboard (1/4)

Created by Raquel Joi

3D video | Storyboard | Smerch.lab

SEQUÊNCIA: 1	CENA: 1A	SEQUÊNCIA: 1	CENA: 1B	SEQUÊNCIA: 1	CENA: 1B'
<b>INÍCIO:</b> 00:00	<b>TÉRMINO:</b> 00:01	<b>DURAÇÃO:</b> 00:01	<b>INÍCIO:</b> 00:01	<b>TÉRMINO:</b> 00:06	<b>DURAÇÃO:</b> 00:05
<b>AÇÃO</b> Um fundo liso com nuvens se movendo lentamente pela tela. A câmera se move para baixo revelando a personagem principal estudando em sua escrivaninha.			<b>NARRAÇÃO</b> Essa é a Naty, ela era uma estudante criativa assim como você.		
<b>ÁUDIO</b> Uma música de fundo inicia junto ao começar a cena. Música mais neutra.			<b>AÇÃO</b> Ela se mostra concentrada e também bastante inspirada, esperançosa. Ela está escrevendo em um caderno.		
<b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> Zoom in no círculo			<b>ÁUDIO</b> A narração começa quando a personagem aparece. Ao mesmo tempo, a música de fundo continua. Música mais neutra.		
<b>ENQUADRAMENTO</b> Plano Geral			<b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> Mantém o plano		
			<b>ENQUADRAMENTO</b> Plano Médio		
			<b>NARRAÇÃO</b> Durante os quatro anos de graduação, ela fez muitos projetos e trabalhos geniais.		
			<b>AÇÃO</b> Diversos papéis vão surgindo. Alguns surgem a partir da cabeça dela, mas a maioria vão surgindo de cima para baixo. Enquanto isso ela vai se mostrando mais inspirada.		
			<b>ÁUDIO</b> A música de fundo continua. Música mais neutra.		
			<b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> Zoom out no final da narração.		
			<b>ENQUADRAMENTO</b> Plano Médio		

Created by Raquel Joi

3D video | Storyboard | Smerch.lab

SEQUÊNCIA: 1	CENA: 1B''	SEQUÊNCIA: 1	CENA: 1C	SEQUÊNCIA: 1	CENA: 1C'
<b>INÍCIO:</b> 00:11	<b>TÉRMINO:</b> 00:13	<b>DURAÇÃO:</b> 00:02	<b>INÍCIO:</b> 00:13	<b>TÉRMINO:</b> 00:17	<b>DURAÇÃO:</b> 00:04
<b>NARRAÇÃO</b> Pena que nenhum saiu do papel.			<b>NARRAÇÃO</b> Depois de ter tantas de suas ideias desperdiçadas, ela encontrou a Smerch.lab.		
<b>AÇÃO</b> Os papéis voam para fora da cena, como um vento advindo do centro do plano. Nisso ela se mostra chateada e decepcionada.			<b>AÇÃO</b> O símbolo da smerch.lab aparece voando na direção indicada na imagem. Ao ver o símbolo aparecendo, ela fica feliz mais uma vez e se levanta da escrivaninha.		
<b>ÁUDIO</b> Um efeito sonoro demonstrando que é um momento ruim e triste.			<b>ÁUDIO</b> Começa uma música mais alegre. Som do símbolo da Smerch.lab voando.		
<b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> Depois do final da narração, a câmera faz um zoom out			<b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> O plano se mantém		
<b>ENQUADRAMENTO</b> Plano Médio			<b>ENQUADRAMENTO</b> Plano Geral		
			<b>NARRAÇÃO</b> Demos a Naty a oportunidade de colocar em prática		
			<b>AÇÃO</b> Ela dá a volta pelo lado esquerdo do plano e monta no símbolo da Smerch. Este inicia voe quando ela está em cima dele.		
			<b>ÁUDIO</b> Música alegre continua o som do símbolo voando volta quando ele começa a voar novamente		
			<b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> O plano se mantém até o símbolo voltar a voar. Nesse momento a câmera passa a seguir o caminho percorrido pelo símbolo, deixando este no centro do enquadramento		
			<b>ENQUADRAMENTO</b> Plano Geral		


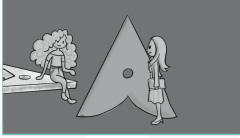
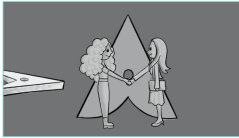
Fonte: Elaborada pela Autora



## Figura 26 - Quadros-chave do Storyboard (2/4)

Created by Raquel Joi




3D video | Storyboard | Smerch.lab

SEQUÊNCIA: 1	CENA: 1C''	SEQUÊNCIA: 2	CENA: 2A	SEQUÊNCIA: 2	CENA: 2A'			
INÍCIO: 00:20	TÉRMINO: 00:24	DURAÇÃO: 00:04	INÍCIO: 00:24	TÉRMINO: 00:26	DURAÇÃO: 00:02	INÍCIO: 00:26	TÉRMINO: 00:28	DURAÇÃO: 00:02
								
<b>NARRAÇÃO</b> para suas atividades acadêmicas, e podemos fazer o mesmo por você			<b>NARRAÇÃO</b> Vamos conectar sua criatividade ...			<b>NARRAÇÃO</b> Com uma empresa internacional.		
<b>AÇÃO</b> O símbolo começa a voar de forma mais diagonal, como indicado na imagem			<b>AÇÃO</b> O símbolo para de se mover e a personagem desce dele. Após essa ação, ela caminha para próximo da segunda personagem. Ambas estão felizes			<b>AÇÃO</b> As duas personagens dão um aperto de mão. Ambas estão felizes		
<b>ÁUDIO</b> Música alegre continua			<b>ÁUDIO</b> Música alegre continua			<b>ÁUDIO</b> Música alegre continua		
<b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> A câmera continua seguindo o símbolo, com este no centro do quadro			<b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> A câmera para de seguir o símbolo quando ele pouza e se desloca para direita, deixando o segundo símbolo (no plano traseiro) centralizado.			<b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> A plano se mantém o mesmo, até elas iniciarem o movimento para se cumprimentarem. Nesse momento, a câmera começa um zoom in direcionado no círculo do segundo símbolo.		
<b>ENQUADRAMENTO</b> Close up			<b>ENQUADRAMENTO</b> Plano Geral			<b>ENQUADRAMENTO</b> Plano Geral		

=

Created by Raquel Joi

3D video | Storyboard | Smerch.lab

SEQUÊNCIA: 2	CENA: 2A''	SEQUÊNCIA: 3	CENA: 3A	SEQUÊNCIA: 3	CENA: 3B			
INÍCIO: 00:28	TÉRMINO: 00:29	DURAÇÃO: 00:01	INÍCIO: 00:29	TÉRMINO: 00:31	DURAÇÃO: 00:02	INÍCIO: 00:31	TÉRMINO: 00:32	DURAÇÃO: 00:01
								
<b>NARRAÇÃO</b> Dando vida...			<b>NARRAÇÃO</b> Dando vida...			<b>NARRAÇÃO</b> ...aos seus projetos ...		
<b>AÇÃO</b> Elas continuam se cumprimentando enquanto a câmera revela a próxima cena			<b>AÇÃO</b> Quando a cena é revelada por inteiro, a narração começa, e as folhas e lâmpadas vão surgindo de trás das personagens, se movendo para cima			<b>AÇÃO</b> Os elementos começam a se deslocar para direita		
<b>ÁUDIO</b> Música alegre			<b>ÁUDIO</b> Música alegre e som de dedos pressionando teclas do teclado.			<b>ÁUDIO</b> Música alegre		
<b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> O zoom in continua			<b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> Após as folhas estarem mais acima das personagens, a câmera dá um zoom in nelas.			<b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> A câmera continua seguindo o caminho dos elementos		
<b>ENQUADRAMENTO</b> Plano Detalhe			<b>ENQUADRAMENTO</b> Plano Grande Geral			<b>ENQUADRAMENTO</b> Close Up		

Fonte: Elaborada pela Autora

## Figura 27 - Quadros-chave do Storyboard (3/4)




Created by Raquel Joi

3D vídeo | Storyboard | Smerch.lab

SEQUÊNCIA: 3	CENA: 3B'	SEQUÊNCIA: 3	CENA: 3C	SEQUÊNCIA: 3	CENA: 3C'
<b>INÍCIO:</b> 00:31	<b>TÉRMINO:</b> 00:34	<b>DURAÇÃO:</b> 00:02	<b>INÍCIO:</b> 00:34	<b>TÉRMINO:</b> 00:35	<b>DURAÇÃO:</b> 00:01
					
<b>NARRAÇÃO</b> ...da faculdade.		<b>AÇÃO</b> Os elementos param no momento que o prédio já não aparece		<b>AÇÃO</b> Uma mão surge na do lado direito e agarra o dispositivo no meio e o puxa para o mesmo lado de onde apareceu	
<b>ÁUDIO</b> Música feliz e som de uma máquina criando objetos.		<b>ÁUDIO</b> Música feliz continua		<b>ÁUDIO</b> Música feliz e som do braço surgindo e voltando para a direita	
<b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> A câmera continua seguindo os símbolos. Quando o prédio fica no centro da tela, a câmera para por alguns segundos e depois começa a seguir os dispositivos móveis que vão aparecendo.		<b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> A câmera continua seguindo os elementos até eles pararem de se movimentar, quando ela interrompe o movimento também. Ao mesmo tempo a câmera faz um zoom in em direção ao dispositivo do meio		<b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> A câmera permanece parada até o braço começar a voltar para direita. Nesse momento, a câmera segue o dispositivo sendo puxado, ao mesmo tempo que faz um zoom out para revelar quem está segurando o aparelho	
<b>ENQUADRAMENTO</b> Close up		<b>ENQUADRAMENTO</b> Close up		<b>ENQUADRAMENTO</b> Plano detalhe	

Created by Raquel Joi

3D vídeo | Storyboard | Smerch.lab


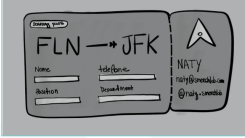

SEQUÊNCIA: 3	CENA: 3D	SEQUÊNCIA: 3	CENA: 3D'	SEQUÊNCIA: 3	CENA: 3D''
<b>INÍCIO:</b> 00:36	<b>TÉRMINO:</b> 00:37	<b>DURAÇÃO:</b> 00:01	<b>INÍCIO:</b> 00:37	<b>TÉRMINO:</b> 00:38	<b>DURAÇÃO:</b> 00:03
					
<b>NARRAÇÃO</b> E tem mais, ...		<b>AÇÃO</b> Ela vira o eletrônico para o espectador ver o conteúdo e olha para frente ainda bem feliz		<b>NARRAÇÃO</b> você também vai desenvolver seu inglês, ter experiência com	
<b>AÇÃO</b> A personagem principal aparece feliz, olhando para o aparelho		<b>AÇÃO</b> Surtem 3 círculos a partir do símbolo da Smerch lab e começam a circular em volta deste. Cada círculo terá um ícone representando os benefícios de trabalhar com a Smerch lab.		<b>AÇÃO</b> Surtem 3 círculos a partir do símbolo da Smerch lab e começam a circular em volta deste. Cada círculo terá um ícone representando os benefícios de trabalhar com a Smerch lab.	
<b>ÁUDIO</b> A música feliz continua e		<b>ÁUDIO</b> Música feliz continua		<b>ÁUDIO</b> Música feliz continua	
<b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> A câmera foca na personagem		<b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> Depois do dispositivo ser virado, a câmera inicia um zoom in na tela digital.		<b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> A câmera continua com o zoom in	
<b>ENQUADRAMENTO</b> Plano Médio		<b>ENQUADRAMENTO</b> Plano Médio		<b>ENQUADRAMENTO</b> Close up	

Fonte: Elaborada pela Autora

## Figura 28 - Quadros-chave do Storyboard (4/4)




Created by Raquel Joi

3D vídeo | Storyboard | Smerch.lab

SEQUÊNCIA: 4	CENA: 4A	SEQUÊNCIA: 4	CENA: 4B	SEQUÊNCIA: 5	CENA: 5A
<b>INÍCIO:</b> 00:41	<b>TÉRMINO:</b> 00:44	<b>DURAÇÃO:</b> 00:03	<b>INÍCIO:</b> 00:44	<b>TÉRMINO:</b> 00:48	<b>DURAÇÃO:</b> 00:04
					
<p><b>NARRAÇÃO</b> ...o mercado internacional e a sua ideia ainda pode te render uma graninha.</p> <p><b>AÇÃO</b> A tela então preenche o quadro, com o conteúdo em foco. No final da Narração, os círculos voltam para trás do símbolo da Smerchlab e um cartão de embarque começa a se formar a partir do ícone da empresa</p> <p><b>ÁUDIO</b> Música feliz continua</p> <p><b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> O zoom in para quando só é possível ver o conteúdo da tela.</p> <p><b>ENQUADRAMENTO</b> Close up</p>	<p><b>NARRAÇÃO</b> Hoje a Nathy faz parte da equipe da Smerchlab</p> <p><b>AÇÃO</b> Com o cartão inteiro, e o fim da narração, o ticket vira 180 graus, revelando o outro lado.</p> <p><b>ÁUDIO</b> Música feliz e som do cartão de embarque virando</p> <p><b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> A câmera mantém o enquadramento</p> <p><b>ENQUADRAMENTO</b> Plano Detalhe</p>	<p><b>NARRAÇÃO</b> e conta com nossa ajuda</p> <p><b>AÇÃO</b> No verso do cartão estará a personagem montada no símbolo voador, em meio a um céu com nuvens</p> <p><b>ÁUDIO</b> Música feliz</p> <p><b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> Zoom in para a silhueta do cartão sair do quadro, deixando apenas as nuvens e personagem na cena</p> <p><b>ENQUADRAMENTO</b> Plano Detalhe</p>			

Created by Raquel Joi

3D vídeo | Storyboard | Smerch.lab

SEQUÊNCIA: 5	CENA: 5B	SEQUÊNCIA: 5	CENA: 5B'	SEQUÊNCIA: 6	CENA: 6A
<b>INÍCIO:</b> 00:49	<b>TÉRMINO:</b> 00:52	<b>DURAÇÃO:</b> 00:03	<b>INÍCIO:</b> 00:52	<b>TÉRMINO:</b> 00:56	<b>DURAÇÃO:</b> 00:04
					
<p><b>NARRAÇÃO</b> e conta com nossa ajuda para montar seu próprio negócio.</p> <p><b>AÇÃO</b> A personagem pega os itens que estão em cima do símbolo voador e fica ainda mais feliz que antes. Na segunda frase da narração, ela coloca os itens de volta no símbolo se faz um movimento se preparando para alçar voo.</p> <p><b>ÁUDIO</b> Música Feliz</p> <p><b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> Câmera mantém o enquadramento</p> <p><b>ENQUADRAMENTO</b> Plano Geral</p>	<p><b>NARRAÇÃO</b> Faça que nem a Nathy e não perca a oportunidade de tirar seu projeto do papel com a gente!</p> <p><b>AÇÃO</b> O símbolo vai um pouco para frente junto a personagem, faz um semicírculo pela direita e vai para trás, sumindo entre as nuvens</p> <p><b>ÁUDIO</b> Música feliz e som o símbolo voando</p> <p><b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> Câmera mantém o enquadramento</p> <p><b>ENQUADRAMENTO</b> Plano Médio</p>	<p><b>NARRAÇÃO</b> Smerch.lab não é sobre ter ideias, é sobre fazer elas se tornarem realidade</p> <p><b>AÇÃO</b> Entre as nuvens, o Símbolo surge da parte de cima e para no meio do quadro</p> <p><b>ÁUDIO</b> Música feliz</p> <p><b>MOVIMENTO DE CÂMERA</b> Câmera mantém o enquadramento</p> <p><b>ENQUADRAMENTO</b> Grande Plano Geral</p>			

Fonte: Elaborada pela Autora

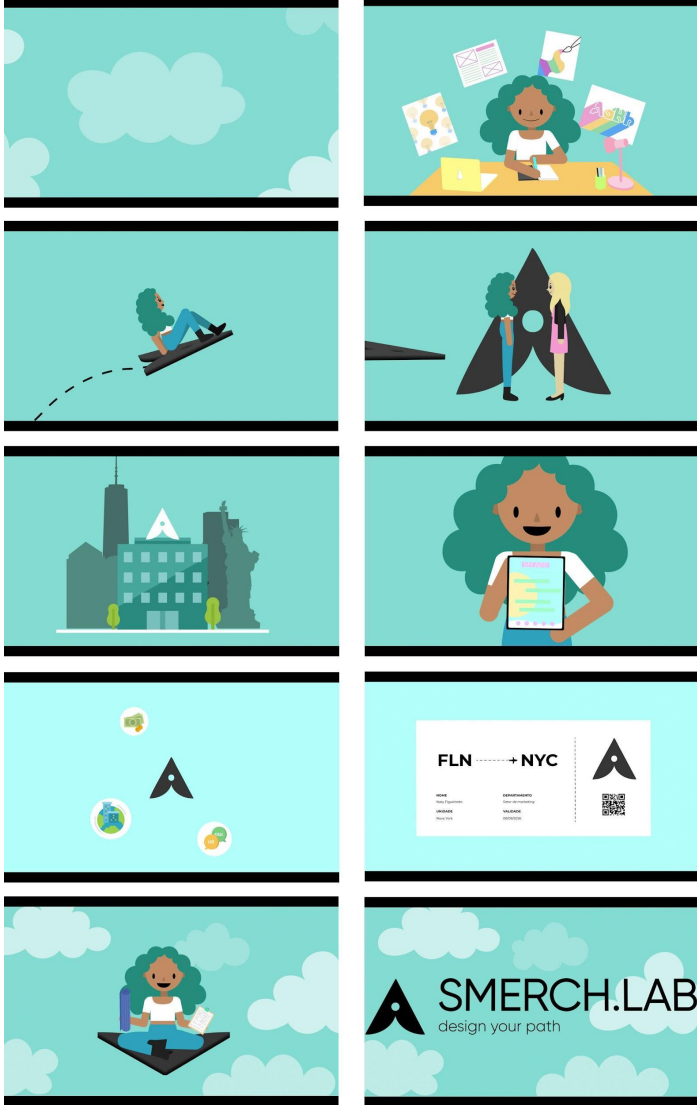
### **6.4.2. Animatic**

A partir do *Storyboard*, o próximo passo foi colocar em sequência os frames principais para que se possa ter uma noção mais certa sobre a questão do tempo e escolha de enquadramentos. Essa produção mais simplificada é chamada de *Animatic*. Para conseguir analisar o fluxo da peça a partir dessa ferramenta, costuma-se acrescentar alguns quadros a mais, demonstrando de forma mais clara os movimentos dentro da produção.

A complexidade do *Animatic* depende do estilo visual utilizado pelo artista, o prazo e a finalidade do projeto. Para este projeto teve as ilustrações criadas no software Adobe Illustrator, a animação entre os frames foi desenvolvida no software Adobe After Effects e a edição final foi feita no software Adobe Premiere. Todas as imagens foram produzidas pela autora, exceto os ícones nos círculos que aparecem na sequência 3 cena 3D. Estes foram retirados da plataforma Flaticon.

Link no YouTube: [https://youtu.be/1BBv\\_VbwIGw](https://youtu.be/1BBv_VbwIGw)

Figura 29 - Quadros-chave do Animatic



Fonte: Elaborada pela Autora

Nesta etapa, algumas ideias propostas no roteiro técnico e no storyboard se mostraram inviáveis, devido à complexidade e o tempo máximo de produção da peça, o que abriu espaço para a implementação de outras ideias que facilitariam o processo. Na sequência 1C, por exemplo, ao invés da personagem se locomover para frente da mesa e logo em seguida subir no símbolo, optou-se por manter ela atrás da mesa e fazer uma transição com a outra cena a partir do símbolo da marca indo da esquerda para direita, ocultando a cena 1C' para ir revelando a cena 1C". Outra sequência que sofreu mudanças foi a 5, onde, ao invés da personagem dar meia volta e se dirigir para o plano de trás, ela vai para frente e para cima, assim saindo de cena de uma forma mais interessante.

## 6.5 PRODUÇÃO

### 6.5.1 Modelagem

Para iniciar a produção da animação 3D, é necessário criar os objetos e personagens de forma tridimensional, modelando-os digitalmente em um software para tal finalidade. No caso deste projeto, a maior parte dos objetos e personagens foram criados no Maya Autodesk, com exceção das geometrias<sup>2</sup>

---

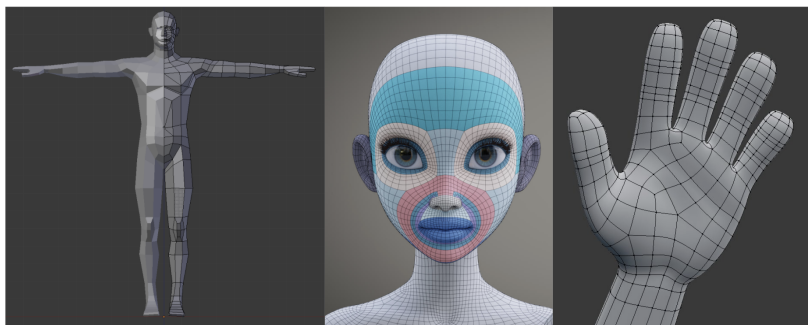
<sup>2</sup> O termo geometria é utilizado para se referir ao conteúdo tridimensional representando cada elemento.

dos cabelos das personagens e as nuvens, que foram modelados no ZBrush.

#### 6.5.1.1 Personagens

Os personagens feitos para o projeto tem o intuito de representar seres humanos, passíveis de simulação dos movimentos do corpo de uma pessoa real. Para isso ser alcançado, cada parte do modelo deve apresentar a disposição dos vértices (topologia<sup>3</sup>) mais apropriada. A fim de criar deformações mais naturais ao animar o personagem, foram utilizadas imagens de referência como inspiração para alcançar uma boa topologia.

**Figura 30** - Painel de inspiração de Topologia



Fonte: Adaptado de Noschenko (2018) e Jacala (2018)

Além das topologias de referência, planos com as imagens de lateral e frontal de cada personagem foram posicionados na

---

<sup>3</sup> Topologia: *wireframe* do modelo 3D, ou seja, a disposição dos vértices, linhas e faces na superfície do objeto.

cena, de forma a auxiliar na criação de geometrias semelhantes às imagens de referência. É garantido assim, que o modelo seja criado de forma mais fiel a silhueta e as proporções já definidas.

**Figura 31** - Planos de imagem de referência para modelagem



Fonte: Elaborada pela Autora

A modelagem foi realizada por subdivisão<sup>4</sup>, o que permitiu atingir a geometria desejada a partir de um cubo simples.

No caso do projeto em questão, a malha<sup>5</sup> dos personagens não poderia ser muito complexa (com muitas subdivisões), visando não deixar o arquivo muito pesado; porém, não poderia

---

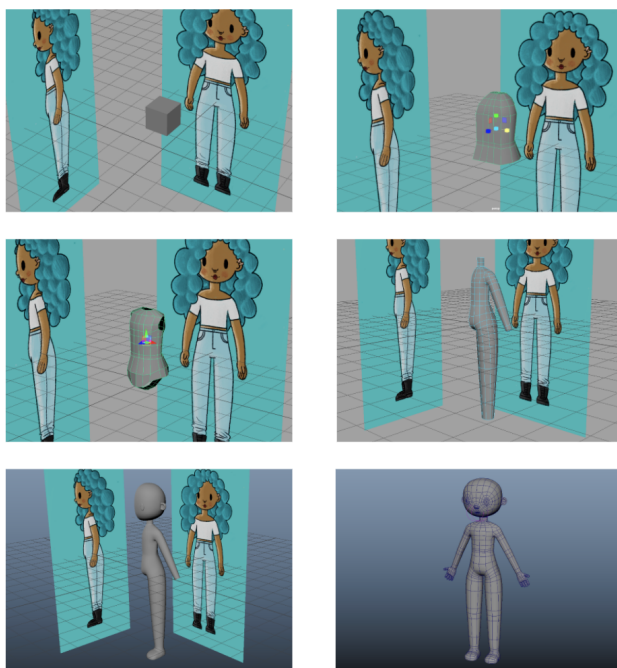
<sup>4</sup> O método de subdivisão se caracteriza pela criação de mais vértices na malha do objeto tridimensional, seja por extrusão de elementos ou até mesmo inserção dos mesmos, por meio de outras ferramentas.

<sup>5</sup> A Topologia, o *wireframe* do objeto tridimensional



ser muito simples, uma vez que a maleabilidade do personagem na fase de animação está relacionada a isto. Além disso, evitou-se faces com mais ou menos que 4 faces e certificou-se que áreas com articulações receberam loops a mais, prevenindo futuras complicações durante a manipulação da malha.

**Figura 32** - Processo de modelagem da personagem principal

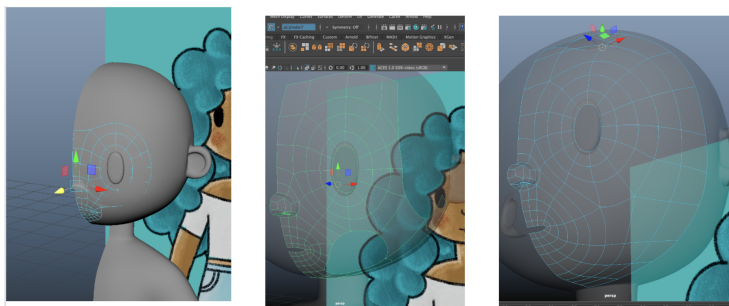


Fonte: Elaborada pela Autora

Nessa etapa, as ferramentas mais utilizadas foram a de extrusão de faces, espelhamento da geometria e inserção de anéis de linhas. Dessa forma, foi possível garantir uma malha simétrica e adequada para animação.

O rosto do personagem deve ter uma topologia específica e ainda mais detalhada. Isso se dá pelo fato de ser uma área que recebe muitas mudanças ao passo que as expressões faciais mudam. Assim, com a topologia correta, as alterações ficarão mais naturais. Uma vez que o rosto foi idealizado para ter uma forma bem arredondada, optou-se por criar uma base esférica e fazer a retopologia<sup>6</sup> da malha a partir de uma ferramenta que permite o posicionamento de vértices, faces e linhas seguindo a curvatura da superfície.

**Figura 33** - Retopologia da face da personagem principal



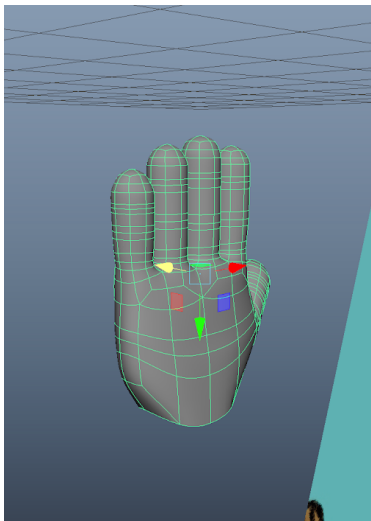
Fonte: Elaborada pela Autora

A mão é outro membro que segue uma topologia complexa, dado que é uma área que receberá mais ossos em relação ao restante do corpo do personagem.

---

<sup>6</sup> Retopologia é o processo de redesenhar a topologia do objeto. Seja de forma mais automatizada ou criando uma nova geometria com base na anterior.

**Figura 34** - Topologia final da mão



Fonte: Elaborada pela Autora

Para evitar o retrabalho de criar um corpo para a segunda personagem e criar uma unidade visual na peça, optou-se por utilizar a mesma geometria, alterando apenas detalhes no rosto e no posicionamento do pé, encaixando o corpo na referência visual. As peças de roupa foram criadas a partir de cópias do corpo, apenas aplicando as ferramentas de extrusão e exclusão de componentes

**Figura 35** - Modelagem das personagens finalizada

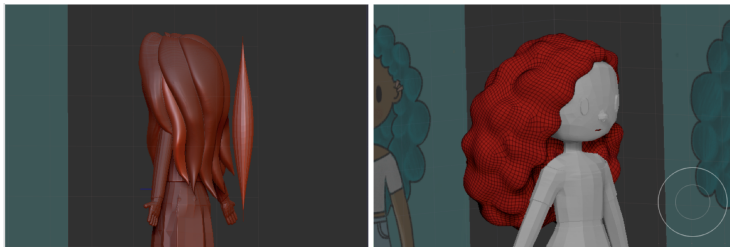
Fonte: Elaborada pela Autora

Os cabelos de ambas personagens foram criados no ZBrush, pois esse software permite que estruturas mais irregulares e com detalhes específicos sejam criadas com mais facilidade. Sendo assim, ambas personagens foram importadas para o programa, no qual, a partir de geometrias simples, seus cabelos foram esculpidos<sup>7</sup>. Depois de prontos, uma retopologia automática foi realizada, para garantir que o modelo não tornasse o arquivo da cena muito pesado. Uma vez prontos os cabelos, estes foram importados de volta para o Maya e foi dado início a modelagem dos outros objetos em um novo arquivo.

---

<sup>7</sup> Esses modelos foram criados utilizando geometrias simples com uma grande quantidade de vértices, permitindo um detalhamento mais preciso.

**Figura 36** - Geometrias dos cabelos criadas no ZBrush



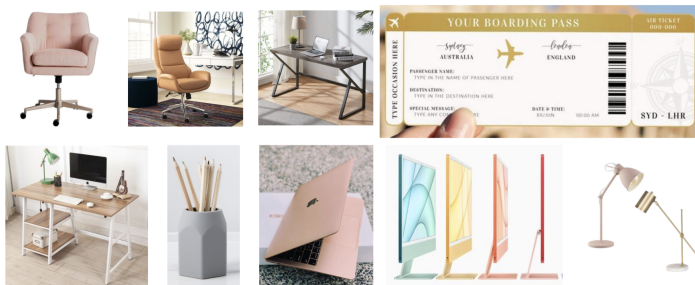
Fonte: Elaborada pela Autora

#### 6.5.1.2 Objetos da cena

Para a confecção dos objetos que compõem a cena, utilizou-se também o método de subdivisão, partindo de geometrias simples como cubos e cilindros. Por se tratarem de diversas cenas, a ordem de execução respeitou a sequência em que vão aparecer e do nos vídeos, sendo os itens da primeira sequência os primeiros a serem modelados. É importante ressaltar que a geometria base dos corpos dos personagens foi utilizada como referência para criar objetos proporcionais, evitando a necessidade de alterações de escala durante as próximas etapas.

Para facilitar o entendimento das formas que deveriam ser criadas, foram criados painéis visuais contendo imagens dos objetos reais, apenas como uma fonte de inspiração.

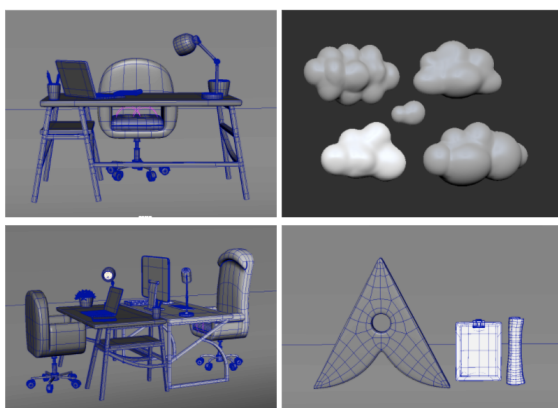
**Figura 37** - Exemplo de um dos painéis visuais



Fonte: Elaborada pela Autora

Visto que as nuvens são formas mais orgânicas, a modelagem das mesmas foi realizada no ZBrush, o que permitiu uma manipulação mais livre das geometrias. Já os outros itens foram todos criados no próprio Maya, seguindo de forma mais criativa, sem referências muito concretas.

**Figura 38** - Exemplos de modelagem de objetos finalizada



Fonte: Elaborada pela Autora

### 6.5.2. Rigging

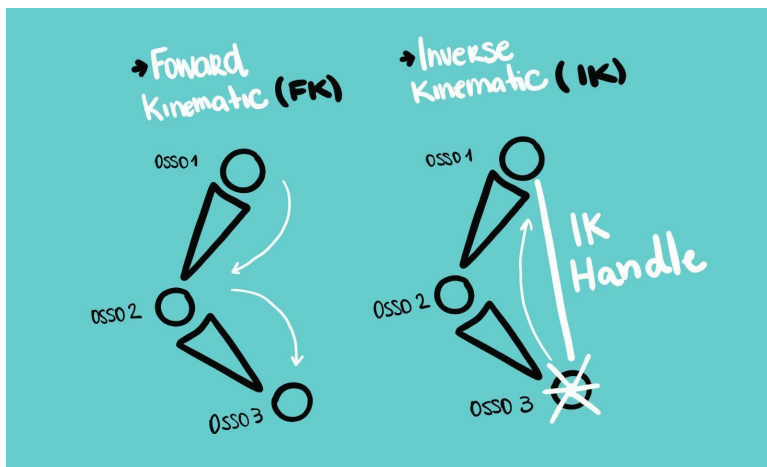
Essa segunda etapa é composta pela criação de um esqueleto (*rigging*) para os personagens e objetos que serão animados, seguidos da indicação da influência de cada osso na geometria (*binding*).

Para o funcionamento do esqueleto, podemos trabalhar com o funcionamento padrão dos ossos, conhecido como *Forward Kinematic* (FK) ou com o inverso, chamado de *Inverse Kinematic* (IK). A principal diferença entre as duas, está na ordem de influência que é exercida entre os ossos. No caso mais tradicional, a influência é exercida de acordo com a hierarquia, assim como pode ser observado na figura x. O osso 1 é o principal, influenciando o movimento dos outros ossos. Já o osso 2 apenas influencia o movimento do osso 3. Por fim, o osso 3 exerce influência apenas em si próprio. No funcionamento IK, uma estrutura chamada de *IK Handle*<sup>8</sup> permite que o movimento do osso 3 cause o deslocamento do osso 2, ou seja, a ordem de influência é parcialmente invertida.

---

<sup>8</sup> Estrutura passível de criação em diversos softwares, que permite mudar a ordem de influência entre os ossos criados na fase de *rigging*.

**Figura 39** - Funcionamento IK e FK



Fonte: Elaborada pela autora

Para explorar mais a fundo a etapa do *rigging*, optou-se por criar um esqueleto com as duas opções de funcionamento. Com isso, o procedimento seguido foi baseado no curso de *rigging* para personagens disponibilizado na plataforma digital Udeemy e ministrado por Ismael Lito (2018).

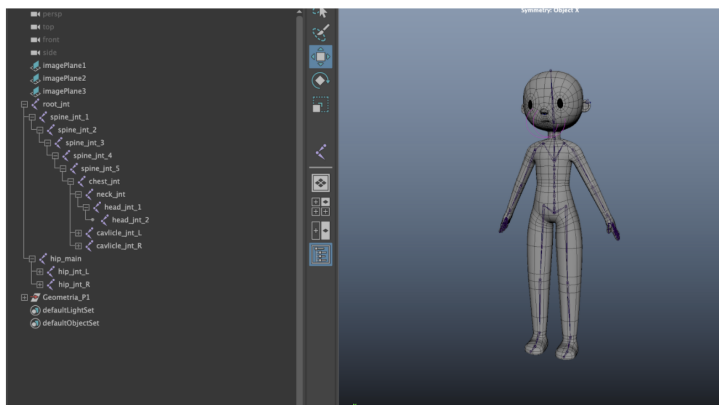
O processo de criação do esqueleto se inicia pela construção da coluna, com os ossos sendo influenciados por uma hierarquia de baixo para cima. Para os personagens deste projeto, a coluna é composta por 5 joints<sup>9</sup>, mas esse número pode variar de acordo com a complexidade do modelo. Os braços são simplificados em 3 ossos: O ombro, o cotovelo e o punho, com a

<sup>9</sup> Estruturas que fazem as ligações entre os ossos do esqueleto criado na fase de *rigging*.



hierarquia de influência se iniciando no primeiro osso. A perna segue a mesma quantidade de unidades, sendo essas: o quadril, o joelho e o tornozelo. Vale destacar que as mãos recebem mais ossos, sendo uma unidade (osso da mão) que se conecta a cada um dos cinco dedos, cada um composto por 3 ossos (representando cada uma das falanges). Ademais, o pé é composto por 2 ossos (facilitando a simulação da caminhada) e o pescoço também, tendo este influenciando o osso da cabeça. Para facilitar esta etapa, a ferramenta de espelhamento dos joints foi essencial, tornando o processo mais rápido.

**Figura 40** - Esqueleto e hierarquia dos ossos.



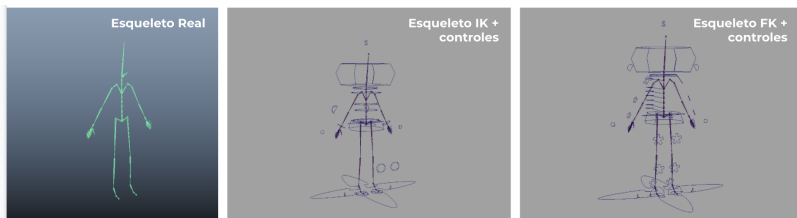
Fonte: Elaborada pela Autora

Com o esqueleto completo, duplicou-se a estrutura por 2 vezes, tendo então 3 esqueletos: O real, o FK e o IK. Para o FK,

controles específicos para cada joint foram criados, sendo patenteados respeitando a hierarquia já existente entre os ossos.

Para o esqueleto IK, os controles influenciam no IK Handle e na direção que o osso central deve seguir. Assim, os controles dos punhos quanto os tornozelos desempenhavam a função de controlar o IK Handle, e os ossos dos cotovelos e joelhos eram influenciados por um segundo controle. Para a coluna IK, o IK Handle foi segmentado a partir de pontos que compunham a curva do mesmo, permitindo a manipulação do mesmo por meio de diferentes controles.

**Figura 41** - Esqueletos (real, IK e FK) e controles

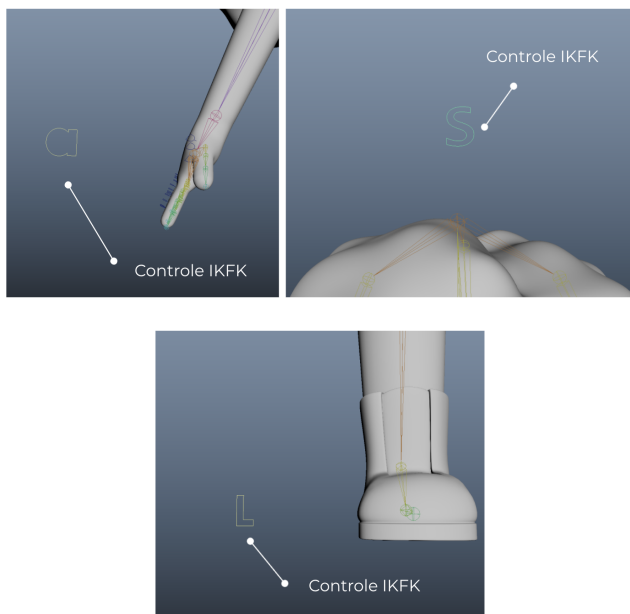


Fonte: Elaborada pela Autora

Para criar a possibilidade de troca entre FK e IK, foram gerados 5 controles para fazer a troca de forma individual para cada membro (a coluna, o braço direito, o braço esquerdo, a perna direita e a perna esquerda). A partir destes controles, foi

programado um atributo capaz de alternar o parenteamento<sup>10</sup> do esqueleto real entre o esqueleto IK e o FK.

**Figura 42** - Exemplos de controle IKFK

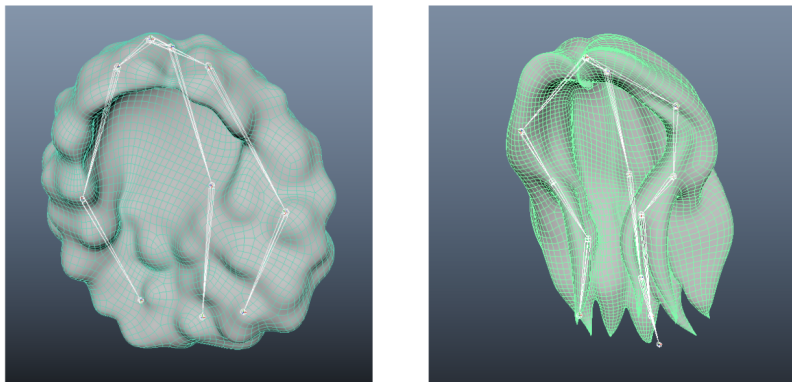


Fonte: Elaborada pela Autora

Foi considerado válido criar um esqueleto e controles para a animação das geometrias referentes aos cabelos das personagens, evitando futuras colisões com os corpos durante movimentos mais bruscos. Para facilitar, criei algumas *IK handles* e controle para as mesmas.

---

<sup>10</sup> O Parenteamento é criar a dependência de um elemento sobre o outro, no caso o esqueleto real pode ser influenciado tanto pelo esqueleto fk quanto pelo Ik, dependendo do que é selecionado a partir do controle.

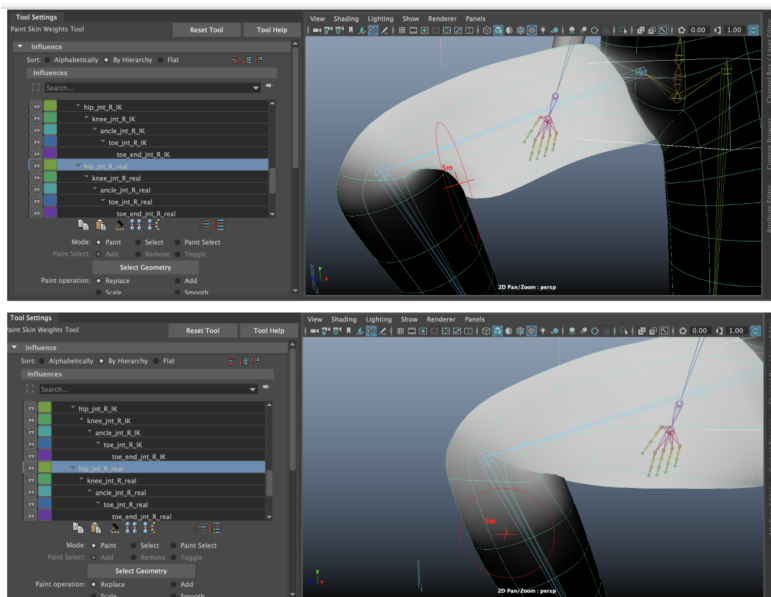
**Figura 43** - Esqueleto base dos cabelos

Fonte: Elaborada pela Autora

Ao seguir para o *binding*, podemos programar quais porções da geometria vão ser influenciadas com o movimento de cada osso. Existe uma ferramenta que permite que isso seja feito por meio de um pincel, o que facilita bastante. Um recurso que auxilia nessa etapa é a própria animação. Por meio da criação de alguns frames-chave, é possível prever o quanto de influência será necessário para cada parte da malha, podendo reprisar diversas vezes o movimento e assim arrumar detalhes específicos que não aparecem apenas em um único *frame*.

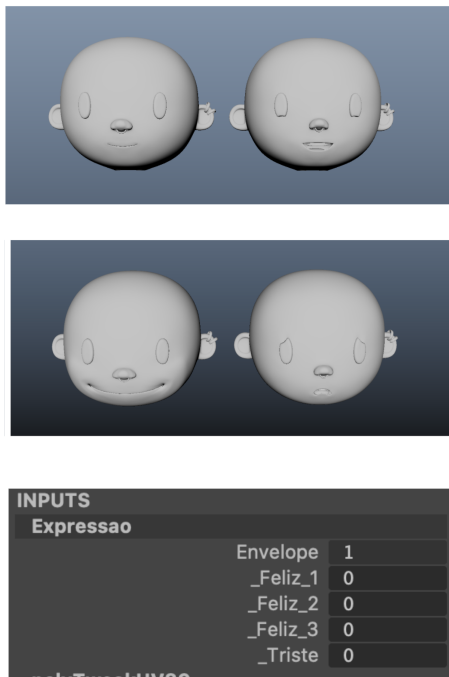
É importante ressaltar que essa etapa pode se repetir ao longo da fase de animação, uma vez que alguns ajustes na malha serão necessários de acordo com os movimentos esperados para a cena.

**Figura 44** - Exemplo de ajuste das influências dos ossos



Fonte: Elaborada pela Autora

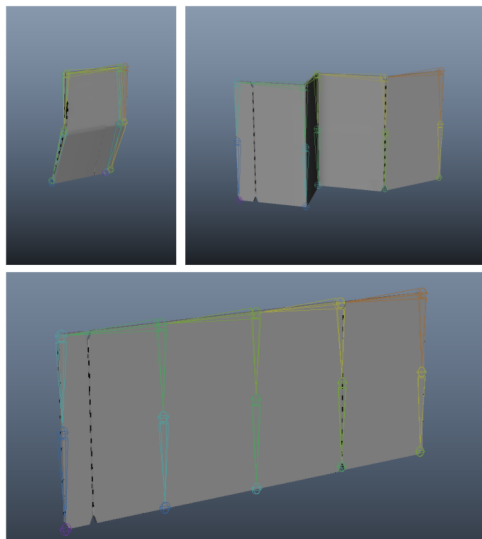
Para as expressões faciais, não se mostrou necessário criar controles muito específicos, optando pela utilização de blendshapes com as expressões desejadas. BlendShapes são variações da geometria original que a substituem de acordo com mudanças no atributo ao qual está associada. Para esta animação, foram criadas 4 expressões faciais: Feliz 1, Feliz 2, Feliz 3 e Triste. Cada uma inspirada nas expressões sugeridas na seção de *Concept art* (figura 31).

**Figura 45** - Expressões criadas com blendshapes

Fonte: Elaborada pela Autora

Quanto aos objetos, apenas 1 mostrou-se dependente de um esqueleto para ser passível da animação desejada. Esse objeto seria o Ticket de embarque presente em uma das cenas finais da peça, o qual sofre uma sequência de desdobramentos até ser apresentado na sua totalidade. Para que essa animação fosse possível, foi criado o esqueleto abaixo e este foi vinculado respeitando os limites das dobras de forma mais rígida, usando vértices exatamente com 100%, 50%, 25% ou 0% de influência de cada osso.

**Figura 46** - Esqueleto e animação do Ticket de Embarque



Fonte: Elaborada pela Autora

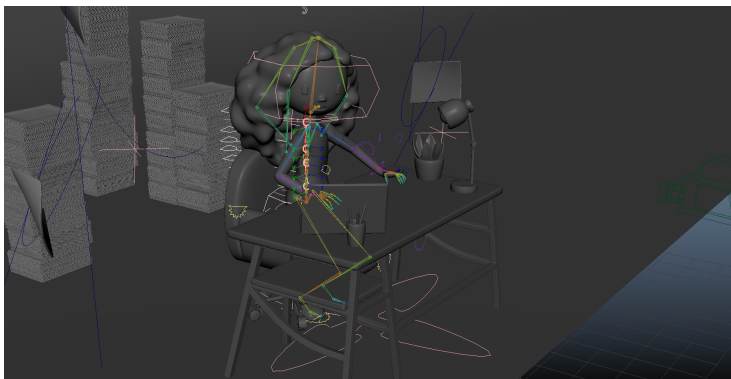
### 6.5.3. Animação

Para o desenvolvimento da animação, o primeiro passo foi criar as diferentes cenas em arquivos separados, a fim de diluir o peso total do arquivo e deixar a produção mais organizada. Logo em seguida, a câmera foi posicionada e a foi o primeiro elemento a ser animado, facilitando a visualização do que seria captado e facilitando a visualização do processo em si.

A mesma câmera foi exportada e utilizada nas diferentes cenas, a fim de manter a continuidade em relação a posição e angulação da captura. Para padronizar a iluminação das cenas, optou-se por parentear as luzes na câmera, de forma que a

iluminação e a captura da câmera se moviam em conjunto em todas as cenas.

**Figura 47** - Exemplo de cena em processo de animação



Fonte: Elaborada pela Autora

A partir disso, as personagens foram importadas para cenas em que apareciam e a animação foi criada a partir de quadros-chave<sup>11</sup>, junto a interpolação<sup>12</sup> entre eles. Os movimentos foram criados considerando a minutagem existente no Animatic evitando que houvesse muita discrepância na velocidade dos movimentos em relação ao previsto.

---

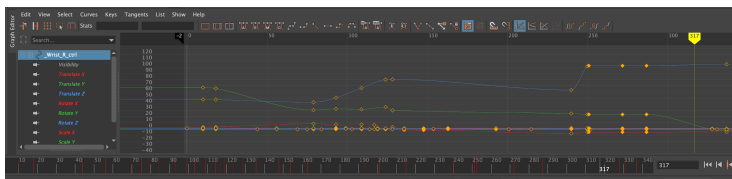
<sup>11</sup> Quadros-chave são marcadores (ou pontos de ancoragem) que permitem ao programa de edição saber quando uma animação começa e termina.

<sup>12</sup> A interpolação de quadro-chave descreve a maneira como sua transição se move de um quadro-chave para outro



O gráfico de animação<sup>13</sup> foi essencial nessa etapa, permitindo uma noção mais ampla sobre aspectos como velocidade inicial e final de cada movimento, o que auxiliou o desenvolvimento de movimentos mais orgânicos e realistas.

**Figura 48** - Exemplo do gráfico de animação



Fonte: Elaborado pela autora

## 6.5.4. Rendering

Essa última etapa envolve diversos tópicos relativos a como a luz e as texturas irão se comportar na cena. Portanto, seu conteúdo será abordado a partir dos seguintes tópicos: Texturização (Mapas Uv), Materiais, Luzes e Configuração de renderização.

### 6.5.4.1 Texturização (Mapas UV)

Mapas UV são, de forma simplificada, a representação bidimensional do modelo 3D. Esse mapeamento deve ser feito de

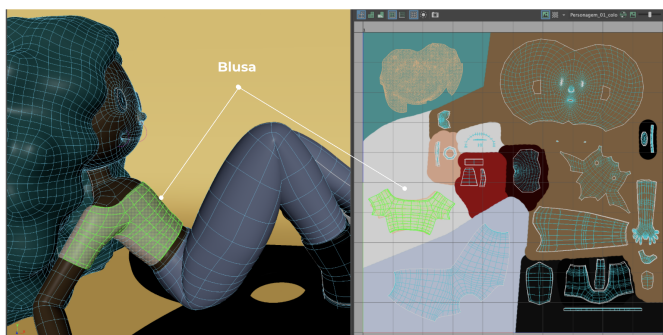
---

<sup>13</sup> Ferramenta disponível em softwares de animação que permite visualizar os quadros-chave posicionados em relação à linha de tempo e o nível de alteração de cada um dos atributos.

forma evitar grandes deformações, para que assim a textura se projete de forma uniforme e proporcional.

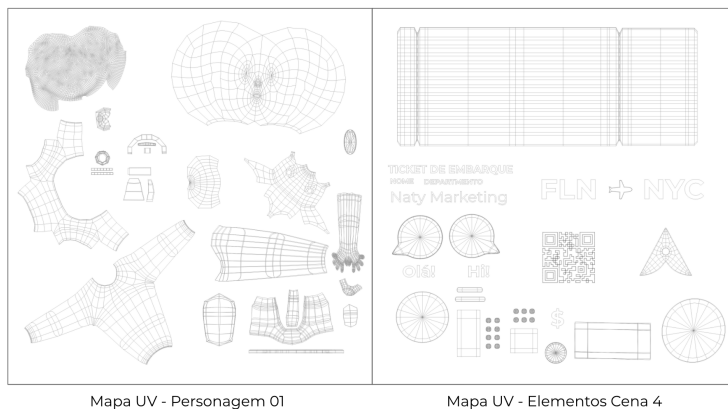
No caso do projeto atual, não haverá o uso de texturas complexas, apenas com cores diferentes utilizando materiais simples. Apesar disso, por questões atreladas a organização e evitar arquivos muito pesados, os mapas UV vão ser de grande importância. Mapeando cada parte distinta do personagem, por exemplo, é possível criar apenas um único material para aplicar cores diferentes para locais distintos.

**Figura 49** - Exemplo de mapeamento



Fonte: Elaborada pela Autora

Assim, foram agrupados mapeamentos diversos levando em consideração sua finalidade. Por exemplo, todos mapas referentes às geometrias da personagem 1, estão foram colocados em um mesmo arquivo. O mesmo foi feito com a personagem 2 e objetos das cenas distintas.

**Figura 50 - Mapas UV**

Fonte: Elaborada pela Autora

#### 6.5.4.2 Materiais

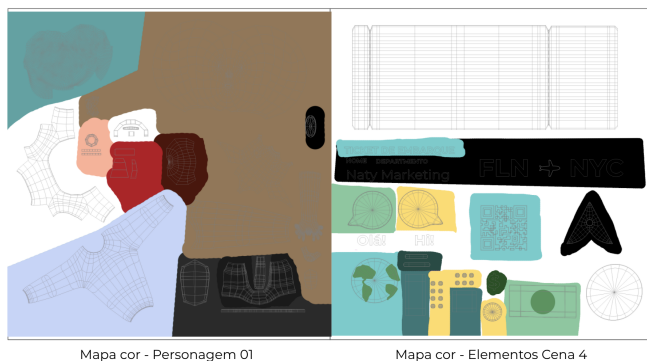
Cada material conta com atributos específicos, logo, todos objetos com o mesmo material, por via de regra, vão apresentar propriedades iguais, como a aspereza, brilho, transparência e etc. Para a peça em questão, optou-se por não trabalhar com texturas muito diferenciadas, a fim de criar uma estética mais minimalista e um pouco mais artificial, se assemelhando mais às referências levantadas durante a pesquisa.

A partir dos arquivos criados pelo agrupamento dos diferentes mapas UV, foram criados mapas de cores para serem utilizados nos materiais a serem aplicados. Uma vez que os mapas UV estão organizados no arquivo da animação, estes seguirão as cores alocadas na mesma posição no mapa de cores.

A partir desta informação, os mapas de cores foram criados no Photoshop, tomando como base os arquivos dos mapas. Logo em seguida, foram adicionados aos materiais utilizados na cena.

Para visualizar como o material se comportaria com as luzes da cena, a ferramenta *IPR*<sup>14</sup> foi utilizada diversas vezes, possibilitando ver as mudanças ocorrerem em tempo real na cena final. Para isso, uma luz de teste foi utilizada, normalmente, uma luz global.

**Figura 51** - Mapas de cores sobrepostos por mapas UV



Fonte: Elaborada pela Autora

### 6.5.4.3 Luzes

A iluminação é muito importante para dar a ambientação adequada para cena e realçar o volume de forma apropriada.

---

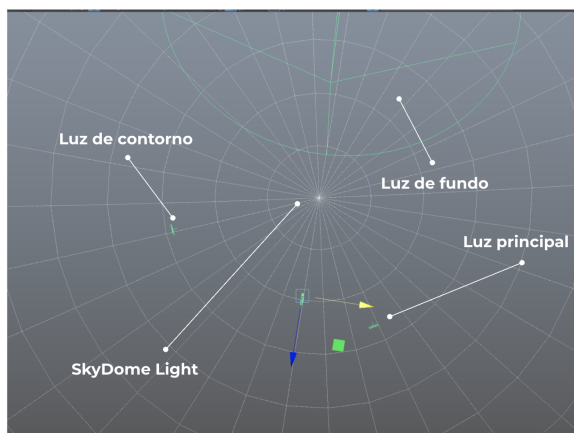
<sup>14</sup> *IPR*: Interactive Photorealistic Rendering - Ferramenta do Maya

Como esse projeto propõe um ambiente divertido e alegre, optou-se por usar luzes diversas e deixar o ambiente mais quente e convidativo. Sendo assim, a iluminação foi composta por 4 luzes:

- Luz Principal (Quente)
- Luz de contorno (fria)
- Luz de fundo (quente para neutra)
- Luz global/Ambiente (neutra)

Esse é um *setup*<sup>15</sup> comumente utilizado para valorizar mais a cena e trazer a sensação de volume e profundidade, destacando os diferentes planos da cena.

**Figura 52** - Visão superior da disposição das luzes



Fonte: Elaborada pela Autora

---

<sup>15</sup> Posicionamentos dos elementos

Além do setup principal, algumas luzes pontuais foram adicionadas, a fim de simular a luz de objetos que emitem luz, como a luminária de mesa, o prédio e a tocha da estátua da liberdade.

**Figura 53** - Exemplo de luzes pontuais

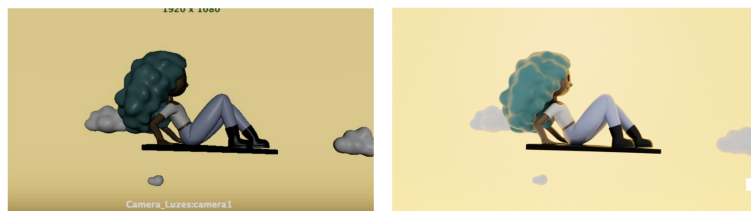


Fonte: Elaborada pela Autora

#### 6.5.4.4. Renderização

Nesta fase final de rendering se refere a geração do animação final, criando as imagens referente a cada frame da animação com as luzes e texturas se comportando da forma esperada. É durante essa fase que a complexidade da malha, a quantidade de objetos e os materiais com muitos atributos diferentes, vão influenciar de forma mais direta. Quanto mais complexo o arquivo, maior será a demora para a renderização de cada frame.

**Figura 54** - Comparação pré visualização e renderizado



Pré-visualização

Renderizado

Fonte: Elaborada pela Autora

Para esse projeto, o renderizador *Arnold* foi utilizado, o que resultou em cada frame levar cerca de 30 minutos para ser renderizado. Como apontado pela banca, para otimizar o tempo da produção, a utilização de renderizados em tempo real poderia ser feita, diminuindo de forma significativa a duração do processo de renderização. Alguns dos softwares interessantes para essa finalidade são o *Unity* e o *Unreal Engine*.

## 6.6 PÓS PRODUÇÃO

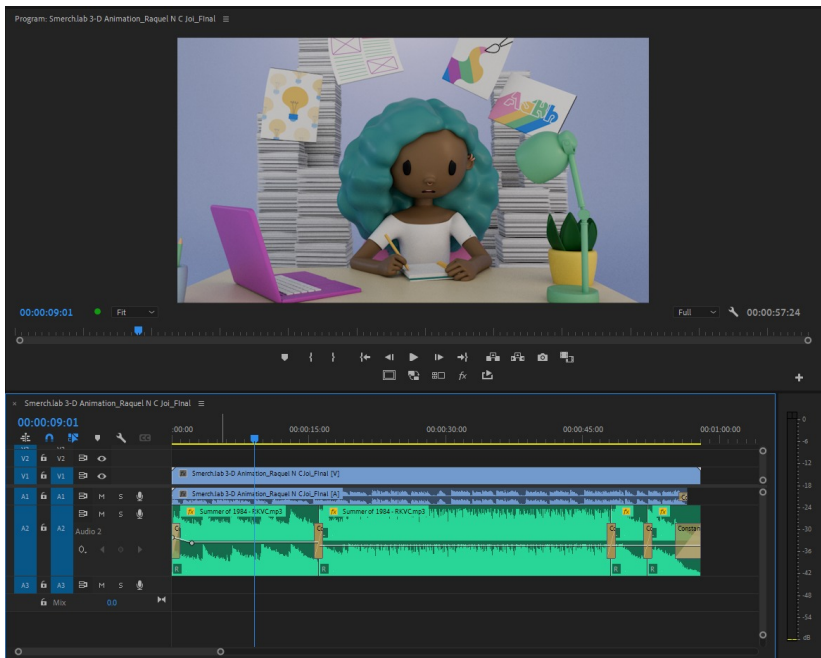
### 6.6.1 Edição de vídeo

Uma vez renderizados todos os frames, as imagens foram transferidas para o Adobe Premiere, onde foi possível criar um arquivo de vídeo com cada imagem tendo a duração de 1 quadro.

Tendo este arquivo bruto, o vídeo foi transferido para o Adobe After Effects, no qual foi possível fazer edições minuciosas

entre transições de cena, seguindo a referência do Animatic. Finalizadas as edições das transições entre cenas, o arquivo gerado foi levado novamente para o Adobe Premiere, no qual recebeu a adição do conteúdo sonoro e então exportado no formato.

**Figura 55** - Projeto no Adobe Premiere



Fonte: Elaborado pela Autora



## 6.6.2. Edição de áudio

### 6.6.2.1. Narração

Para fins do projeto, foi combinado que a narração seria gravada pela autora do relatório. Sendo assim, a gravação foi feita fora de estúdio, com microfone semi profissional e utilizando o software Garage Band. Uma vez gravado o arquivo, pequenas edições foram realizadas, a fim de melhorar a qualidade do áudio e valorizar a narração.

### 6.6.2.2. Trilha sonora

Para facilitar o processo e garantir uma qualidade boa para a peça, optou-se por utilizar uma música produzida por terceiros como trilha sonora. A faixa escolhida foi selecionada na lista de músicas que o Youtube oferece para utilização em vídeos monetizados na plataforma, sendo ela intitulada “*Summer of 1984*”, obra de RKVC.

Como edição, apenas foi necessário ajustar o volume para que não sobrepusesse a narração. Esse ajuste foi realizado no Adobe Premiere, finalizando os últimos detalhes e exportando o arquivo final logo em seguida.

### 6.6.2.3. Efeitos Sonoros

Por fim a produção sonora contou com a utilização de alguns efeitos sonoros, assim como fora sugerido no roteiro técnico (figuras 18 e 19), a fim de tornar a peça mais interessante e imersível. Para isso foram utilizados clipes de áudio disponibilizados na plataforma Freesounds.org de forma gratuita para qualquer finalidade (comercial, pessoal ou institucional). A escolha dos efeitos sonoros foi feita de forma a representar os sons produzidos por alguns movimentos e ações em cena, dando um destaque maior para os movimentos do símbolo da Smerch.lab ao longo da peça.

## 6.7 RESULTADO FINAL

A arquivo final<sup>16</sup> conta com a duração de 00:57 segundos, se encaixando na proposta de ter no máximo 1 minuto de duração. Ademais, a empresa cliente gostou muito do resultado, aprovando a peça e sugerindo apenas a criação de uma versão com a narração em inglês.

---

<sup>16</sup> Link no youtube: [https://youtu.be/1BBv\\_VbwIGw](https://youtu.be/1BBv_VbwIGw)

**Figura 56** - Quadros de exemplo da animação final (1/7)



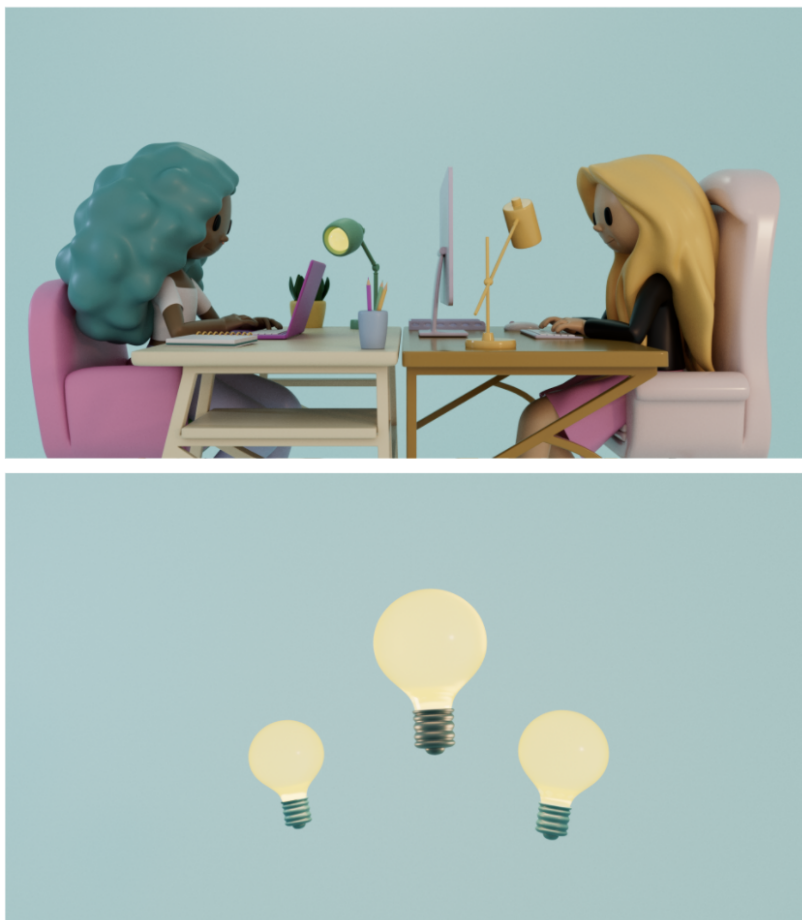
Fonte: Autora

**Figura 57** - Quadros de exemplo da animação final (2/7)



Fonte: Autora

**Figura 58** - Quadros de exemplo da animação final (3/7)



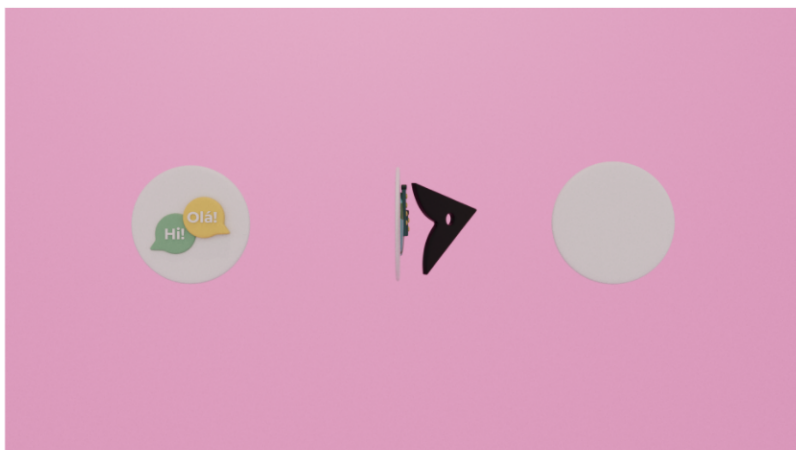
Fonte: Autora

**Figura 59** - Quadros de exemplo da animação final (4/7)



Fonte: Autora

**Figura 60** - Quadros de exemplo da animação final (5/7)



Fonte: Autora

**Figura 61** - Quadros de exemplo da animação final (6/7)



Fonte: Autora



**Figura 62** - Quadros de exemplo da animação final (7/7)



Fonte: Autora

## **7. CONCLUSÃO**

De forma geral, o projeto se mostrou muito edificante, dado que a metodologia proporcionou diversas oportunidades, auxiliando para que os objetivos do projeto fossem alcançados.

Além de permitir o desenvolvimento da peça almejada, as diferentes etapas da metodologia foram essenciais para atingir as metas propostas.

O desenvolvimento de materiais como o roteiro narrativo e o roteiro técnico se mostrou muito mais simplificado, uma vez que a pesquisa trouxe informações muito pertinentes e edificadoras para a produção de uma narrativa (visual e verbal) interessante e adequada para o projeto.

Focando na construção do estilo visual da peça, as fases de idealização e pré-produção tornaram a peça muito mais consistente, ajudando a estabelecer as cores, as formas e os conceitos a serem utilizados para criação de cada elemento.

A fase de produção da animação foi também beneficiada pelo método, uma vez que cada uma das etapas desse processo foi desenvolvida com influência direta dos materiais das fases anteriores. Pode-se destacar o Animatic e concept art dos personagens como as ferramentas de maior importância, por agilizarem as fases de animação e modelagem, respectivamente.

Por fim, a etapa de pós-produção foi essencial para o fechamento da peça, adicionando aspectos sonoros como a narração, trilha sonora e efeitos sonoros.

Outro fator que tornou o processo mais gratificante foi poder trabalhar com a Smerch.lab como cliente, proporcionando uma experiência mais completa. O alinhar das expectativas, as mudanças solicitadas e o desenvolvimento das ideias em conjunto, não só permitiu o desenvolvimento da autora como profissional, como também permitiu o enriquecimento da obra final. Portanto, ressalta-se a importância da oportunidade da criação de projetos com finalidade de reprodução, com a participação de terceiros, o que permite o melhor aproveitamento do projeto pelo aluno.

Com a utilização dessa metodologia, podem-se destacar alguns pontos de aprendizado relacionados a organização na produção, conhecimento sobre animação 3D, obtenção de ideias e desenvolvimento consistente.

A começar pela questão da organização, a metodologia permitiu que cada fase do projeto fosse explorada de forma mais aprofundada e segmentada. As diferentes etapas foram essenciais para organização tanto do material coletado/produzido, assim como do tempo disponível.

O fato de ter um processo mais organizado e segmentado em diferentes partes foi essencial para que um tempo fosse separado para a pesquisa sobre diversos tópicos relacionados ao tema. Isso enriqueceu o conhecimento da autora sobre o universo da produção de animações 3D e as possibilidades existentes atualmente para o ramo. Acrescentando o conhecimento adquirido sobre o público-alvo, a marca e referências diversas;

muitas ideias foram surgindo, não só enriquecendo o conteúdo da peça mas também adequando-a para se tornar mais interessante ao público alvo.

Junto a pesquisa, a idealização e a pré-produção ajudaram a construir uma peça consistente, do início ao fim. O entendimento sobre os tópicos que permeiam o assunto principal e a definição dos aspectos estilísticos, antes mesmo de iniciar a produção da peça em si, permitiu que cada decisão feita nessa fase fosse embasada em materiais previamente definidos como base para criação. Assim criando uma peça mais completa, com começo, meio e fim condizentes entre si.



## REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design Thinking**. Switzerland: Ava Publishing, 2009. 200 p.

BEANE, Andy. **3D Animation Essentials**. Hoboken: Sybex, 2012. 352 p.

Dício (ed.) Significado de Ícone. Dício. (2021, February 1). Disponível em: <https://www.dicio.com.br/icone/>

everis Brasil (ed.) **Principais processos da modelagem 3D**. (2019, August 27). Everis Brasil. Disponível em <https://everisbrasil.medium.com/principais-processos-da-modelagem-3d-8f5baf86f53>

HUBSPOT (ed.). **What Video Marketers Should Know in 2021, According to Wyzowl Research**. 2021. Disponível em: <https://blog.hubspot.com/marketing/state-of-video-marketing-new-data>. Acesso em: 29 abr. 2021.

HURRDAT MARKETING (ed.). **How Long Should Social Media Video Content Be?** 2020. Disponível em: <https://hurrdatmarketing.com/digital-marketing-news/how-long-should-social-media-video-content-be/#:~:text=Currently%2C%>

20the%20ideal%20length%20of,minutes%20is%20a%20good%20orange. Acesso em: 29 abr. 2021.

INSIVIA (ed.). **28 Video Stats for 2018**. 2018. Disponível em: <https://www.insivia.com/28-video-stats-2018/>. Acesso em: 29 abr. 2021.

INSIVIA (ed.). **50 Must Know Stats About Video & Animation Marketing 2013**. 2013. Disponível em: <https://www.insivia.com/50-must-know-stats-about-video-animation-marketing-2013/>. Acesso em: 29 abr. 2021.

LITO, Ismael. **Maya - Rigging de Personagens 3D**. 2018. Curso não acadêmico. Disponível em: <https://www.udemy.com/course/maya-rigging-de-personagens-3d/#notes> Acesso: 29 abr. 2021.

NYFA.EDU (ed.) **5 Types Of Animation: Finding Inspiration In All Styles**. (2017, March 17). Nyfa.Edu. Disponível em: <https://www.nyfa.edu/student-resources/5-types-of-animation-finding-inspiration-in-all-styles/>

O SUL (ed.). **Mercado de animação movimenta cerca de 4 bilhões de reais no Brasil**. 2018. Disponível em: <https://www.osul.com.br/mercado-de-animacao-movimenta-cerca-de-4-bilhoes-de-reais-no-brasil/> Acesso em: 29 abr. 2021.

PEREIRA, Taís Vieira. **Moodboard como espaço de construção de metáforas**. 2010. 179 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Design, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2010.

PRUITT, John; ADLIN, Tamara. **The Persona Lifecycle: Keeping People in Mind Throughout Product Design**. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers Inc., 2005. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.5555/1076976> . Acesso em: 29 abr. 2021.

REUTERS INSTITUTE. **Reuters Institute Digital News Report 2020**. Oxford: University Of Oxford, 2020. 112 p. Disponível em: [https://static.poder360.com.br/2020/06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://static.poder360.com.br/2020/06/DNR_2020_FINAL.pdf). Acesso em: 27 abr. 2021.

SANTOS, Jessé Matheus Ribeiro dos. **DESIGN AUDIOVISUAL PARA CONSCIENTIZAÇÃO EM REDES SOCIAIS SOBRE A IMPORTÂNCIA DA VACINAÇÃO**. 2020. 74 f. PCC (Graduação) - Curso de Design, Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020. Disponível em:



<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/218843>. Acesso em: 27 abr. 2021.

SANTOS, Pablo Figueiredo de Oliveira. **Desenvolvimento de uma interface gráfica de site de e-commerce para um negócio digital através da metodologia Kansei**. 2021. PCC (Graduação) - Curso de Design, Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br>

SIMAS, Natália Sangaletti. **Branding Smerch Lab: metodologia TXM aplicada à criação do sistema de identidade de marca de um laboratório criativo**. 2020. PCC (Graduação) - Curso de Design, Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/218800>. Acesso em: 29 abr. 2021. 111 p.

WINDER, Catherine; DOWLATABADI, Zahra. **Producing Animation**. 3. ed. United States: Crc Press, 2019. 388 p.

BEANE, Andy. **3D Animation Essentials**. 1. ed. Sybex, 2012. 10 a 15 p.

WORDSTREAM. **37 Staggering Video Marketing Statistics for 2018.** 2017. Disponível em: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/03/08/video-marketing-statistics>. Acesso em: 29 abr. 2021.

### REFERÊNCIAS - IMAGENS

ALI, Mohamed. **Realistic 3D Portrait Model Walter White** [3D Modeling]. (2021, August 19) Disponível em: [https://www.behance.net/gallery/125683025/Realistic-3D-Portrait-Model-Walter-White?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7CULTRA%20REALISTIC%203D%20MODELING](https://www.behance.net/gallery/125683025/Realistic-3D-Portrait-Model-Walter-White?tracking_source=search_projects_recommended%7CULTRA%20REALISTIC%203D%20MODELING)

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Diagrama da metodologia citada em *Basics Design: Design Thinking*. 1. ed. [S.l.]: avacademia 2011 p.12. Livro.

CHOI, Chang; GRABIT Inc. Imagem do projeto *TMALL MART Character Branding*, 2020. Disponível em: [https://www.behance.net/gallery/103113169/TMALL-MART-Character-Branding?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7C3d](https://www.behance.net/gallery/103113169/TMALL-MART-Character-Branding?tracking_source=search_projects_recommended%7C3d)

EGM STUDIO. **Chameleon - Organic Modeling** [3D modeling]. (2019, September 10). Behance. Disponível em: [https://www.behance.net/gallery/84491773/Chameleon-Organic-Modeling?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7COrganic%20modeling](https://www.behance.net/gallery/84491773/Chameleon-Organic-Modeling?tracking_source=search_projects_recommended%7COrganic%20modeling)

ENOIANS. Cena da propaganda *3D Animated Ad, BUZFIZ*, 2015. Vídeo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7UZ1eI93Z94>

GRAND VIEW RESEARCH. Gráfico do *3D Animation Market Size, Share & Trends Analysis Report By Technique (3D Modeling, Visual Effects), By Component (Software, Hardware), By Deployment (On-premise, On-demand), By End Use, And Segment Forecasts, 2019 - 2025* (2019). Relatório. Disponível em: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/3d-animation-market>

GOMES, Eduardo. **Shelby Cobra - 3D Modeling** [3D Modeling].(2021, April 14). Behance. Disponível em: [https://www.behance.net/gallery/117532565/Shelby-Cobra-3D-Modeling?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7C3d%20modeling%20clay%20like](https://www.behance.net/gallery/117532565/Shelby-Cobra-3D-Modeling?tracking_source=search_projects_recommended%7C3d%20modeling%20clay%20like)

GRIFFITH, Alisson; Imagem de *Mulher de óculos*, 2018. Fotografia. Disponível em: <https://unsplash.com/photos/Q76DPRQ3Ixo>

HAMADA, Luan. **Key Visual - Club Vips** [3D Modeling]. (2016, April 27). Behance. Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/36561227/Key-Visual-Club-Vips>

JACALA, Omni **Sem título** (2018) Twitter. Disponível em: <https://twitter.com/artsyomni/status/977932276884541441>

JUNGMIN STUDIO. Imagem do projeto *Two worlds combined, 2021*. Disponível em: [https://www.behance.net/gallery/108658855/Two-worlds-combined?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7Cminimalistic%203d%20character](https://www.behance.net/gallery/108658855/Two-worlds-combined?tracking_source=search_projects_recommended%7Cminimalistic%203d%20character)

KASRA DESIGN. The Story of Our Workflow - Cenas da propaganda *3D Explainer Video*, 2018. Vídeo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LFLzqkF5UME>

KREISMANN, Paul. **High poly Chair || 3D modeling** [3D modeling]. (2021, June 9) Behance. Disponível em:

<https://www.behance.net/gallery/121179129/High-poly-Chair-3D-modeling/modules/689474973>

LEMAIRE, Baptiste. **Tokyo Storefronts** [3D modeling]. (2020, April 19). Behance. Disponível em: [https://www.behance.net/gallery/95645909/Tokyo-Storefronts?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7CWatercolor%203d](https://www.behance.net/gallery/95645909/Tokyo-Storefronts?tracking_source=search_projects_recommended%7CWatercolor%203d)

LI, Nancy. **3D Characters** [3D modeling]. (2020, February 5) Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/91363967/3D-Characters>

MIROW, Mei-Ling. Imagem de *Homem com flor no cabelo*, 2021. Fotografia. Disponível em: <https://unsplash.com/photos/1kRg4wF8uUQ>

NOSCHENKO, Nazar **Nurse Megan**. (2018). [3D Modeling]. Art Station. Disponível em: <https://www.artstation.com/artwork/wzRyV>

NYFA.EDU (ed.) **5 Types Of Animation: Finding Inspiration In All Styles**. (2017, March 17). Nyfa.Edu. Disponível em: <https://www.nyfa.edu/student-resources/5-types-of-animation-finding-inspiration-in-all-styles/>

OZAWA, Colin. Imagem do projeto *Nike Airman Tees*, 2021. Projeto 3D. Disponível em: [https://www.behance.net/gallery/113711935/Nike-Airman-Tees?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7Cnike%203d](https://www.behance.net/gallery/113711935/Nike-Airman-Tees?tracking_source=search_projects_recommended%7Cnike%203d)

QUICK, Tom; DRAKE, Adam. Cenas da propaganda *See how far the Premium Credit Card could take you*, 2016. Vídeo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=m6Nz3H2NeQM>

SANTOS, Jessé; Diagrama da metodologia adaptada em *Design Audiovisual para Conscientização em Redes Sociais sobre a Importância da Vacinação*. 2020 p. 28. Projeto de Conclusão de Curso (PCC). Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/218843>. Acesso em Fevereiro de 2021.

SIMAS, Natália Sangaletti. **Branding Smerch Lab: metodologia TXM aplicada à criação do sistema de identidade de marca de um laboratório criativo**. 2020. PCC (Graduação) - Curso de Design, Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/218800>. Acesso em: 29 abr. 2021. 47 p.

WINDER, Catherine; DOWLATABADI, Zahara. Diagrama da metodologia citada por *Producing Animation*. 2. ed. [S.l.]: Focal Press, 2012 p.228. Livro.

YANKOVICH, Jonnelle. Imagem de *Mulher de cabelo colorido*, 2019. Fotografia. Disponível em: <https://unsplash.com/photos/rkks6JEeHQ>

ZIGRINO, Jason. **Once In A While Renders Nº 69 Sony D-88** [3D Modeling]. (2020, May 28). Behance. Disponível em: [https://www.behance.net/gallery/97903049/-Once-In-A-While-Renders-69-Sony-D-88?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7C3d%20modeling%20Hard%20surface](https://www.behance.net/gallery/97903049/-Once-In-A-While-Renders-69-Sony-D-88?tracking_source=search_projects_recommended%7C3d%20modeling%20Hard%20surface)

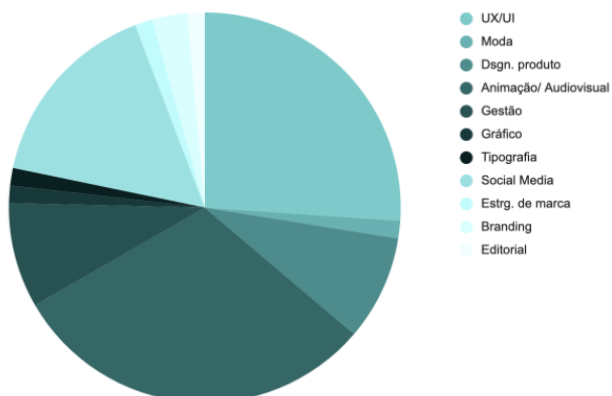




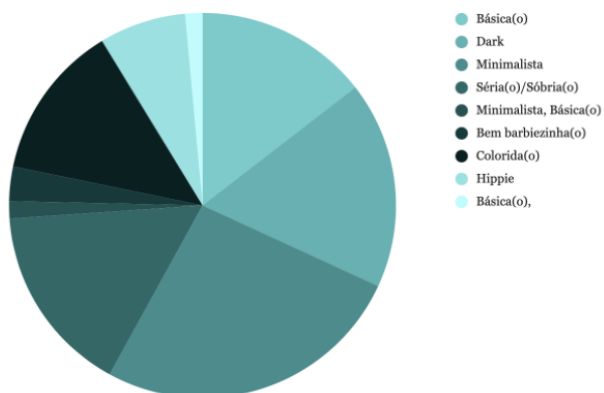
## APÊNDICES

### APÊNDICE A – Resultados Enquete

Qual(s) área(s) se identifica mais e pretende seguir?



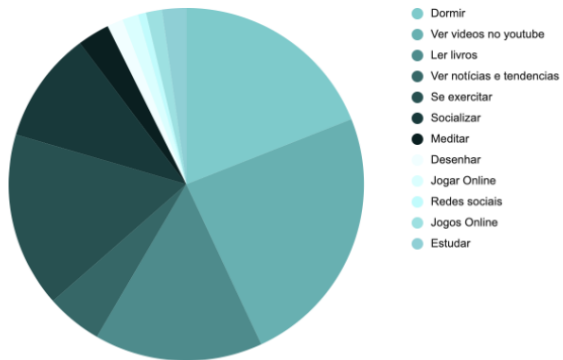
Se a vida fosse uma série, eu como personagem seria...



## Quais as redes sociais que mais usa?

	Sempre	As vezes	Raramente	Nunca uso
Facebook	19.1%	23.4%	36.2%	21.3%
Instagram (stories)	49%	30.6%	12.2%	8.2%
Instagram (IGTV)	8.9%	24.4%	42.2%	24.4%
Instagram (feed/reels)	52.1%	22.9%	20.8%	4.2%
Pinterest	25%	43.8%	22.9%	8.3%
Youtube	79.2%	14.6%	6.2%	0%
TikTok	8.5%	21.3%	21.3%	48.9%
Whatsap	87.5%	12.5%	0%	0%
Snapchat	2.2%	6.7%	17.8%	73.3%
LinkedIn	13.3%	22.2%	44.4%	20%

### Hora livre é hora de...



### Pelo o que você preza mais no trabalho?



### Qual seria sua forma de resolver problemas?



### Seu objetivo principal profissionalmente é:







## APÊNDICE B – Análise Publicitária

### TESCO CREDIT CARD



**Client:** Tesco Bank

**Agency:** BBH

**Rep Agency:** Jelly London

**Direction & Animation:** Mr Kaplin

**2D Character design:** Berry Kim

**3D Character Modelling:** Marijn Raven

**3D Character Rigging:** Marijn Raven & Pierre Plouzeau

**Character animation:** Pierre Plouzeau

**3D Modelling and Animation:** Andreas Straga, Daniel Zucco, Robert Glassford

**Texturing, Lighting and Compositing:** Andreas Straga, Daniel Zucco and Robert Glassford

## MODELO DE LASWELL

### QUEM (EMISSOR)

Tesco bank

### O QUÊ

Animação 3D em peça audiovisual

### CANAL

Televisão

### QUEM (RECEPTOR)

Clientes do Tesco bank e pessoas que fazem compras

### EFEITOS

Mostrar para o público alvo que eles podem ter benefícios com o cartão do Tesco Bank

### INTENÇÕES

Vender o cartão

### CONDIÇÕES

Mostrando elementos que representam o ato de comprar se transformando em benefícios para o cliente que tem o cartão Tesco.

## RUÍDOS (SHANNON)

Analisando a peça, não foi possível identificar nenhum ruído aparente.

## FUNÇÕES DA LINGUAGEM

### REFERENCIAL

Em diversos momentos são citados os "Tesco's points" e o cartão em si, logo é possível dizer que se utilizou da função referencial para nos lembrar o produto a ser vendido e seu diferencial (conseguir o dobro de pontos)

### EMOTIVA

A narrativa fala diretamente com o espectador ao se referir na 2ª pessoa (você, sua família, seus amigos, etc) e falando o que o cartão faz para o espectador. Além disso apresenta atividades que queremos fazer ou que ao menos já fizemos uma vez na vida.

### POÉTICA

Durante a narração, alguns signos são ressignificados. O brócolis, por exemplo, representa compras de mercado, o drink significa descansar, o sunday significa férias e assim por diante.

## MENSAGEM CONOTATIVA OU DENOTATIVA?

A mensagem pode ser considerada conotativa em alguns aspectos, como o de representar visualmente a narração mas sem focar totalmente na imagem do produto. Como já citado na análise a partir do modelo de Laswell, são apresentados exemplos de formas de conseguir benefícios e as vantagens que você tem com esses benefícios. Ao mesmo tempo a narrativa cita explicitamente algumas vezes o cartão em si e os "Tesco's points", logo, a peça tem algumas características de uma mensagem conotativa ao mesmo tempo.



## ANCORAGEM OU ETAPA?

A animação sem si não pode ser totalmente compreendida como uma propaganda do produto, ficando a narrativa responsável por contextualizar o que cada tomada representa.

Uma vez que a mensagem explica o que a animação sozinha não seria capaz de explicar, pode-se classificar a narração como etapa da compreensão da peça.

## PLANO DE CONTEÚDO

A marca já trabalha com a opção de juntar pontos ao passo que fizesse compras. nessa propaganda o objetivo do conteúdo apresentar o cartão de crédito deles que possibilita ao cliente coletar o dobro de pontos por compra. Reforçando a ideia que eles oferecem benefícios e agora de forma.

## PLANO DE EXPRESSÃO

Em diversos momentos são citados os "Tesco's points" e o cartão em si, logo é possível dizer que se utilizada da função referencial para nos lembrar o produto a ser vendido e seu diferencial (conseguir o dobro de pontos)

## MANIPULAÇÃO SEMIÓTICA

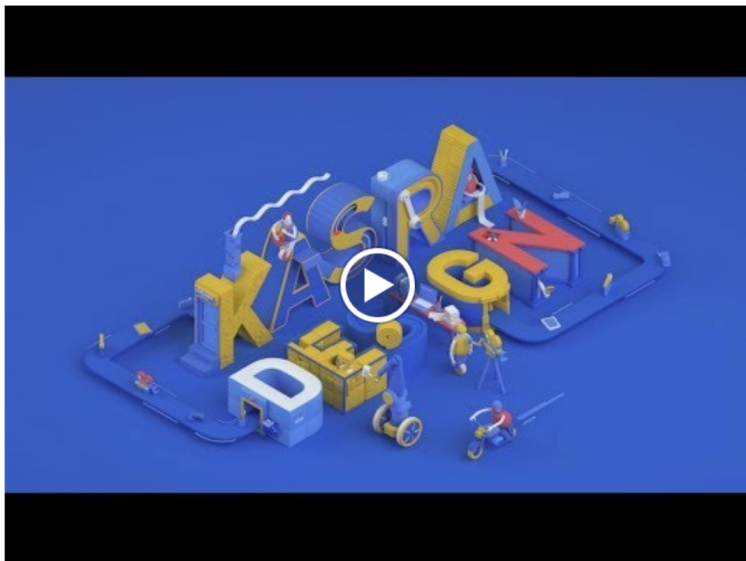
### TENTAÇÃO

A peça mostra atividades que amamos fazer e acrescenta que o cartão de crédito ajuda você a fazer essas coisas juntando mais pontos e consequentemente chegar mais rápido nessas possibilidades de diversão e lazer. Assim o espectador é tentado a pensar que chegará mais rápido no seu objetivo se tiver o cartão.

### SEDUÇÃO

Essa manipulação é demonstrada pela representação de atividades que queremos fazer e que por limitação financeira, não podemos fazer com frequência. A sedução foi realizada por meio da representação de um estilo de vida em que você pode se divertir muito mais.

## THE STORY OF OUR WORKFLOW



**Client:** Kasra Design

**Agency:** Kasra Design

**Ficha técnica:** Não disponibilizada

## MODELO DE LASWELL

### QUEM (EMISSOR)

Kasra Design

### O QUÊ

Animação 3D em peça audiovisual

### CANAL

Youtube, Vimeo, Instagram e site

### QUEM (RECEPTOR)

Pessoas querendo fazer publicidade de suas marcas e pessoas que procuram eles questionando como será o processo de criação.

### EFEITOS

Estabelecer confiança e tranquilidade para pessoas que possam contratar o serviço da empresa

### INTENÇÕES

Vender o serviço de publicidade com animação da Kasra Design.

### CONDIÇÕES

Mostrando todo processo que se dá após a contratação do serviço. E demonstrando a qualidade das peças criadas pela empresa

## RUÍDOS (SHANNON)

### TEMPO

Para pessoas que assistam o vídeo no Instagram, não é possível saber a conclusão do vídeo, pois este tem mais que 1 minuto. Assim, muitas pessoas podem deixar de vê-lo, por não quererem sair da plataforma para acessar o vídeo.

### NOME DA MARCA

Na peça, só é citado o site da marca, mas em nenhum outro momento ouvimos algo relacionado a marca em si. Isso pode ser considerado um ruído porque pessoas podem não entender o objetivo daquele vídeo e por quem foi feito.

## FUNÇÕES DA LINGUAGEM

### FÁTICA

O canal não foi escolhido por acaso, a proposta do vídeo está muito alinhada com o canal de divulgação, no caso a internet, mais especificamente o Youtube e o Vimeo. Na minutagem 1:03 é apresentado um vídeo, simulando a experiência de usar as plataformas citadas, e até as ações que os usuários destas poderiam tomar, como clicar para pausar e depois dar play (1:08). Assim eles se conectam ainda mais com o espectador, imitando seu comportamento nas plataformas.

### POÉTICA

Durante a narração, alguns signos são ressignificados. A mala representando o briefing, o processo de criação sendo representado por uma linha de produção industrial, etc.

### METALINGUÍSTICA

O fato dele venderem vídeos de animação e estarem explicado trabalho deles usando um vídeo, faz com que a peça possa ser interpretada como metalinguística.

## MENSAGEM CONOTATIVA OU DENOTATIVA?

A mensagem pode ser considerada denotativa a partir do momento que descreve como a empresa cria o vídeo para o cliente, como uma espécie de uma explicação passo a passo.

## ANCORAGEM OU ETAPA?

Visto que animação não faz muito sentido sem a narração, é possível classificar o texto como etapa de compreensão da peça.

Isso se dá pois as imagens representam a narração de forma mais simbólica, a partir de elementos que representam as etapas de criação.

## PLANO DE CONTEÚDO

A marca oferece como seu serviço a produção de vídeo, criando desde vídeos para captar cliente até peças explicativas sobre o processo de compra de cada empresa. Tendo isso em mente, o vídeo serve para informar pessoas sobre o processo de criação ao mesmo tempo que já mostram o padrão de que seu serviço.

## PLANO DE EXPRESSÃO

### REFERENCIAL

Eles expressam o conteúdo a partir de um vídeo feito pela empresa, explicando de forma resumida todos os passos da produção. Essas etapas são representadas de forma simbólica, por representar cada etapa de forma a complementar, representando o conteúdo da narração de uma forma mais abstrata. Os símbolos em si, são familiares para grande parte do cotidiano pré-pandemia das pessoas.

## MANIPULAÇÃO SEMIÓTICA

### SEDUÇÃO

A sedução é dada pela ideia que seu vídeo terá qualidade assim como o da propaganda, podendo ser explicativo mas ao mesmo tempo divertido e didático. Assim o serviço deles pode atingir mais potenciais clientes.



## APÊNDICE C - Roteiros Iniciais

### Roteiro 1 - Para Universitários

Essa é a Joana, ela era estudante de design que nem você. No seu projeto final, ela criou uma plataforma exclusiva para melhorar a curva de aprendizado de adolescentes. Genial né?

Beatriz, Jonas e milhares de outras pessoas criaram projetos tão incríveis quanto o de Joana. Pena que nenhum foi realmente implementado, ficando só no papel. Mas para nós da Smerch.lab, todas as ideias têm valor e podem ser usadas no mercado, trazendo benefícios para todas as partes.

Vamos conectar sua criatividade com empresas internacionais, seja por meio do estágio conosco ou até mesmo dando vida aos seus projetos da faculdade.

E tem mais, você também vai desenvolver seu inglês, ter experiência com o mercado internacional e de quebra pode até ser remunerado por isso.

Acho que Joana, Beatriz e Jonas iriam amar ter tido essa oportunidade. Mas e você? Bora voar com a gente? Smerch.lab, criando experiências a partir de ideias.

### Roteiro 2 - Para empresas

Quer entender como a Smerch.lab funciona? Deixa que a gente te explica! Somos uma empresa focada em fazer produtos customizados com designs exclusivos para sua marca. Fazemos isso conectando soluções criativas de estudantes brasileiros com a necessidade da sua empresa.

Funciona assim:

Primeiro, nós selecionamos estudantes dedicados e esforçados que passam por um período de teste conosco. Esses alunos vão utilizar seus conhecimentos da área e sobre as últimas tendências para criar os designs mais adequados e interessantes para sua marca. Depois, nós da Smerch.lab aplicamos as artes criadas por eles para estampar produtos diversos, sempre levando em conta as necessidades da empresa. Fazemos press kits, vestuários personalizados ou se você não tem a menor ideia de por onde começar, também trabalhamos com consultorias a fim de encontrar a melhor forma de investir seu dinheiro de forma eficiente. E não se preocupe, que a gente trabalha com fornecedores top de linha, então a qualidade é garantida. Venha descobrir como elevar sua marca para outro nível com a ajuda da Smerch.lab.

### Roteiro 3 - Para Estudantes e Empresas

A proposta da smerch.lab é unir empresas e estudantes criativos e inovadores para criar parcerias que beneficiam todas as partes. Nós sabemos o quanto é difícil criar algo do zero: para estudantes, começar uma carreira pode parecer assustador, enquanto que para empresas pequenas construir uma reputação de excelência acaba sendo uma tarefa desafiadora, às vezes quase impossível. Por isso, o objetivo da Smerch.lab é unir a criatividade e a dedicação de estudantes brasileiros à procura de sucesso profissional com a necessidade de empresas de crescer e inovar mesmo que com orçamentos baixos. É a oportunidade de ser a diferença e fazer a diferença. De transformar ideias em experiências reais.