

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**HIGOR BUZELLI LEONCIO**

**ANIMAÇÃO: VIDEOCLÍPE MUSICAL POR  
MOTION DESIGN/ MOTION GRAPHICS**

**VOLTA REDONDA  
2023**

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**ANIMAÇÃO: VIDEOCLÍPE MUSICAL POR  
MOTION DESIGN/ MOTION GRAPHICS**

Monografia apresentada ao Curso de  
Design do UniFOA como requisito à  
obtenção do título de bacharel em Design

Aluno:  
Higor Buzelli Leoncio

Orientador:  
Prof. Mestra Patrícia Soares Rocha ALves

**VOLTA REDONDA  
2023**



Construindo o futuro **com você.**

## FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado, ANIMAÇÃO: VÍDEOCLÍPE MUSICAL POR MOTION DESIGN/ MOTION GRAPHICS. Elaborado por HIGOR BUZELLI LEONCIO apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Design.

Aprovado em 30 de novembro de 2023

Banca Avaliadora

Patricia Soares Rocha Alves  
Professora Orientadora  
Mestre - UniFOA

Marcos Kazuiti Mitsuyasu  
Professor Avaliador  
Doutor - UniFOA

Bruno de Sousa Corrêa  
Professor Avaliador  
Mestre UniFOA

Sede Administrativa:



Campus Universitário  
Olezo Galotti

Av. Dauró Peixoto Aragão, 1325, Três Poços | Volta Redonda - RJ  
T. (24) 3340-8400 | Cep: 27240-560

## AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais Silmara e Ronaldo que fizeram de tudo para me proporcionar um estudo de qualidade.

À minha namorada Vitória, que esteve comigo durante todo o período da minha formação e que sempre me apoiou em todas as situações.

Ao meu irmão Hugo que sempre me deu dicas e conselhos sobre tudo com relação aos estudos e vida pessoal também.

À Deus por ter tido tudo o que precisei durante a minha vida, por ter abençoado a minha trajetória, por ter me conduzido na direção certa e por todas as pessoas que colocou no meu caminho.

## RESUMO

Com a ascensão do gênero musical Rap nos últimos anos, diversos novos músicos surgiram, tornando assim o mercado mais competitivo, se destacar dos demais vem sendo uma tarefa difícil, porém essencial para os artistas que sonham em viver da música.

Com o avanço da tecnologia, foi possível fazer com que mais trabalhos independentes fossem desenvolvidos, conseguindo assim, abrir muitas portas para quem busca viver este sonho mas não possui o apoio de uma gravadora.

Os principais desafios de produtores independentes é conseguir desenvolver projetos autênticos e que se diferenciam dos demais, a produção de um videoclipe é essencial para isto, porém, pode ser muito caro, sendo inacessível para a maior parte dos interessados.

Com isso em mente, o projeto se propôs por meio de métodos estabelecidos por Vianna et al (2011) no livro Design Thinking Inovação em Negócios, produzir o videoclipe da música *Running after money* utilizando técnicas de animação como Motion Design/ Motion Graphics.

Com foco no consumidor final, foi possível desenvolver este projeto, criando assim um produto novo, que se destaca no mercado e atrai a atenção do público.

## ABSTRACT

*With the rise of the Rap musical genre in recent years, several new musicians have emerged, thus making the market more competitive. Standing out from the rest has been a difficult task, but essential for artists who dream of making a living from music.*

*With the advancement of technology, it was possible for more independent works to be developed, thus opening many doors for those looking to live this dream but do not have the support of a record label.*

*The main challenges for independent producers are being able to develop authentic projects that stand out from the rest. The production of a music video is essential for this, however, it can be very expensive and inaccessible to most interested parties.*

*With this in mind, the project proposed, using methods established by Vianna et al (2011) in the book *Design Thinking Innovation in Business*, to produce the music video for the song *Running after money* using animation techniques such as *Motion Design/Motion Graphics*.*

*Focusing on the end consumer, it was possible to develop this project, thus creating a new product that stands out in the market and attracts public attention.*

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>Introdução</b>	<b>12</b>
1.2	Problematização	13
1.3	Objetivos	13
1.3 .1	Objetivo geral	14
1.3.2	Objetivos específicos	14
1.3.3	Objetivo operacional	14
1.4	Justificativa	15
1.5	Métodos e técnicas	16
<b>2</b>	<b>Imersão preliminar</b>	<b>19</b>
2.1	Pesquisa desk	19
2.1.1	Briefing	19
2.1.2	Motion design	22
2.1.3	Softwares	29
2.1.4	Videoclipe	37
2.1.5	Tipografia	44
2. 1. 6	Produção	48
<b>3</b>	<b>Imersão em profundidade</b>	<b>51</b>
3. 1	Entrevistas	51
<b>4</b>	<b>Análise e síntese</b>	<b>54</b>
4.1	Análise de similares	54
4. 2	Cartões de Insight	61
4. 3	Diagramas de Afinidades	66
4. 4	Critérios Norteadores	67
4. 4. 1	Personas	67
4. 4. 2	Requisitos	70
4. 4. 3	Restrições	70
<b>5</b>	<b>Ideação</b>	<b>71</b>
5.1.	Workshop de Cocriação	71
5.2.	Brainstorm	71
5. 3.	Storyboard	73

5.4. Tipografia.....	77
5.5. Matriz decisória.....	79
<b>6. Prototipação.....</b>	<b>81</b>
6.1. Roteiro.....	81
6. 2. Protótipo de baixa fidelidade.....	83
6. 3. Protótipo de alta fidelidade.....	85
<b>7 Conclusão.....</b>	<b>97</b>
<b>Referências.....</b>	<b>98</b>

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Imagem representativa de Design Thinking.....	16
Figura 2 - Foto de Allan Bezerra Velozo.....	19
Figura 3 - Prints das últimas músicas.....	20
Figura 4 - Imagem representativa de criação de <i>motion graphics</i> .....	21
Figura 5 - <i>Motion graphics</i> aplicado em propagandas na internet.....	22
Figura 6 - Exemplo de animação de recorte.....	23
Figura 7 - Exemplo de animação Flipbook.....	24
Figura 8 - Exemplo de animação Stop motion.....	24
Figura 9 - Exemplo de animação tradicional.....	25
Figura 10 - Animação 2D.....	26
Figura 11 - Animação 3D.....	27
Figura 12 - Mocap.....	28
Figura 13 - Logo Photoshop.....	28
Figura 14 - Ajustes Photoshop. ....	29
Figura 15 - Banner Photoshop. ....	30
Figura 16 - Desenho digital. ....	31
Figura 17 - Logo Illustrator ....	31
Figura 18 - Logo After Effects ....	32
Figura 19 - Logo Premiere ....	35
Figura 20 - Clipe Beatles.....	37
Figura 21 - Regra dos terços.....	38
Figura 22 - Proporção áurea.....	39
Figura 23 - Simetria e assimetria.....	40
Figura 24 - Linhas diagonais.....	41
Figura 25 - Profundidade.....	42
Figura 26 - Direção do olhar.....	43
Figura 27 - Contraste.....	44
Figura 28 - Tipografia com serifa.....	45
Figura 29 - Tipografia sem serifa.....	45

Figura 30 - Tipografia script.....	46
Figura 31 - Tipografia display.....	46
Figura 32 - Gráfico de pizza referente a preferência de letra no clipe .....	47
Figura 33 - Gráfico referente à preferência de abordagem estética de um clipe...48	
Figura 34 - Gráfico referente à principal forma de encontrar novas músicas.....	49
Figura 35 - Gráfico de pizza referente à coloração de videoclipe.....	49
Figura 36 - Prints videoclipe Friends.....	51
Figura 37 - Prints videoclipe Kunoichi.....	52
Figura 38 - Prints videoclipe Kunoichi.....	52
Figura 39 - Prints videoclipe Kunoichi.....	53
Figura 40 - Prints videoclipe Anos Luz.....	54
Figura 41 - Prints videoclipe Cadê meu gato?.....	55
Figura 42 - Prints videoclipe Cadê meu gato?.....	55
Figura 43 - Prints videoclipe Jutsu.....	56
Figura 44 - Prints videoclipe Jutsu.....	57
Figura 45 - Cartão de insight.....	58
Figura 46 - Cartão de insight.....	58
Figura 47 - Cartão de insight.....	58
Figura 48 - Cartão de insight.....	59
Figura 49 - Cartão de insight.....	59
Figura 50 - Cartão de insight.....	59
Figura 51 - Cartão de insight.....	60
Figura 52 - Cartão de insight.....	60
Figura 53 - Cartão de insight.....	60
Figura 54 - Cartão de insight.....	61
Figura 55 - Cartão de insight.....	61
Figura 56 - Cartão de insight.....	61
Figura 57 - Cartões de insight.....	62
Figura 58 - Foto representativa de persona.....	63
Figura 59 - Foto representativa de persona.....	65
Figura 60 - Storyboard 1.....	74
Figura 61 - Storyboard 2.....	75

Figura 62 - Storyboard 3.....	76
Figura 63 - fonte geometric.....	77
Figura 64 - fonte budokan.....	78
Figura 65 - fonte avenir.....	79
Figura 66 - Esboço 1.....	83
Figura 67 - Esboço 2.....	84
Figura 68 - Esboço 4.....	84
Figura 69 - Esboço 5.....	85
Figura 70 - Cenário 1.....	86
Figura 71 - Cenário 2.....	86
Figura 72 - Cenário 3.....	87
Figura 73 - Trecho do clipe.....	87
Figura 74 - Trecho do clipe.....	88
Figura 75 - Trecho do clipe.....	88
Figura 76 - Trecho do clipe.....	89
Figura 77 - Trecho do clipe.....	89
Figura 78 - Trecho do clipe.....	90
Figura 79 - Trecho do clipe.....	90
Figura 80 - Trecho do clipe.....	91
Figura 81 - Trecho do clipe.....	91
Figura 82 - Trecho do clipe.....	92
Figura 83 - Trecho do clipe.....	92
Figura 84 - Trecho do clipe.....	93
Figura 85 - Trecho do clipe.....	93
Figura 86 - Trecho do clipe.....	94
Figura 87 - Trecho do clipe.....	94
Figura 88 - Trecho do clipe.....	95
Figura 89 - Trecho do clipe.....	95
Figura 90 - Trecho do clipe.....	96

## 1. Introdução

Uma produção musical traz aos ouvintes diversos tipos de sensações diferentes, a experiência ao escutar uma música pode variar de acordo com a pessoa, há artistas que costumam passar mensagens positivas e energias vibrantes, assim como há outros que preferem falar de amor e sensações apaixonantes, felicidade, tristeza, raiva, paixão, são todos sentimentos que se afloram ao escutar músicas específicas, parte dos sentimentos do artista ficam nas linhas onde escrevem suas melodias.

Embora a música não esteja amparada na palavra, os sons que ela produz podem se transformar em signos capazes de provocar paixões humanas diferenciadas. (Lima, 2015, p. 99)

Porém, em alguns casos não é possível que tudo aquilo que é idealizado seja transmitido ao público, por mais que o som possa desencadear diversos sentimentos diferentes, nem sempre é o suficiente.

A produção visual é o meio perfeito para uma produção completa, afinal, cores e formas também podem passar sentimentos, associamos o azul ao frio, o vermelho ao calor, o branco a paz, entre outros diversos significados que cada cor pode ter.

Em uma produção musical, a adição de um videoclipe pode ser o diferencial necessário para o artista se destacar no ramo, o complemento em vídeo ajuda a tornar o produto mais popular, além de agregar valor e demonstrar ao público certo capricho com as produções.

Com os avanços de consumo de conteúdo na internet, e mais especificamente de plataformas como o YouTube, a democratização da divulgação trouxe a oportunidade para artistas independentes e com orçamentos mais modestos mostrarem seu trabalho, isto se deve ao fato que os custos de uma produção de um videoclipe são realmente exorbitantes, com uma lista enorme de

detalhes, como pagamento de equipe técnica, locação, transporte para a locação e mais uma boa quantidade de outros fatores.

o YouTube agora faz parte do cenário da mídia de massa e é uma força a ser levada em consideração no contexto da cultura popular contemporânea.

Com isso, muitas bandas passaram a lançar músicas com vídeos animados simples da letra ou até com uma animação mais elaborada. Tornando a melodia mais dinâmica, este estilo é conhecido como Lyric Video, e vem ganhando cada vez mais espaço no ramo musical.

Para este projeto, será utilizado o método de animação Motion Design/ Motion Graphics, que consiste em desenvolver artes gráficas, porém animadas, sendo muito utilizada para a execução do estilo lyric video.

Do ponto de vista técnico, “motion graphics poderia ser descrito, portanto, como uma aplicação mista de tecnologias de computação gráfica e vídeo digital; e no plano conceitual, como um ambiente privilegiado de exercício de projeto gráfico através de imagens em movimento” (Velho, 2008, p. 87).

Este método será utilizado em conjunto com outras técnicas de animação como a “frame a frame” para alcançar novos resultados e ser um produto diferente dos demais, esta técnica consiste na criação de animação desenhando quadros individuais à mão. Cada quadro é um desenho ligeiramente diferente que, quando reproduzido em rápida sucessão, dá a ilusão de movimento.

A união de dois ou mais métodos de animação resultam em projetos completamente diferentes e inovadores.

Ao decorrer desse projeto veremos todo o processo de produção deste videoclipe.

## **1.2 Problematização**

- Como desenvolver um projeto de animação.
- Como é feito Motion Design/ Motion Graphics.
- Como desenvolver um videoclipe.
- Como é feito um Lyric Vídeo.

## **1.3 Objetivos.**

### **1.3.1 Objetivo geral**

Produzir um videoclipe musical através da técnica Motion Design.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Produzir o Vídeo Clipe da Música “*Running after money*”, criada pelo Mc Menor LC, e participação do Mc Menor Teteu.
- Utilizar Motion Design e técnicas de animação como clássica.
- Produzir um videoclipe de baixo custo de produção.
- Desenvolver um material dinâmico e original.
- Desenvolver um projeto que agregue valor ao produto final.

### **1.3.3 Objetivo operacional**

- Utilizar o software Adobe Photoshop para edição de imagens, criação de arte digital, design gráfico e animações.
- Utilizar o software Adobe Premiere para qualquer tipo de edição de vídeo, desde gravações caseiras até filmes profissionais, com suporte a recursos avançados e integração com outros softwares da Adobe, como o After Effects e o Audition.
- Utilizar o software Adobe After Effects para criar animações e efeitos visuais atraentes para publicações e vídeos para redes sociais.
- Utilizar o software Adobe Illustrator permite criar logotipos, ícones, desenhos, tipografia e ilustrações complexas para qualquer meio.

- Pesquisar sobre técnicas de animação.
- Pesquisar sobre clipes musicais.

#### **1.4 Justificativa**

Para conseguir atingir mais público e “vender” não só a música, mas também a imagem profissional do autor, a criação de um videoclipe é de extrema importância, além de agregar valor ao produto final, o videoclipe é uma ótima ferramenta para chamar a atenção para uma produção de música.

Segundo CORRÊA, 2007 “O videoclipe surge para vender um pacote completo: música e imagem do artista. Como ferramenta de apelo mercadológico, o videoclipe também influencia comportamentos e dita moda”.

A produção de um videoclipe e divulgação pela internet, pode ser uma das melhores maneiras de atingir um grande público mesmo sem tanto investimento, visto que qualquer pessoa com acesso a internet pode fazer postagens e sites ou redes sociais com grande alcance de público, isso se deve ao fato de cada vez mais pessoas terem acesso a internet no Brasil.

Segundo a pesquisa realizada em 2021 pelo IBGE, 90,0% dos domicílios no Brasil têm acesso à internet, se comparado com anos anteriores fica evidente o crescimento desses números com o passar do tempo, como por exemplo 2019, que 84,0% dos domicílios brasileiros tinham acesso à internet.

Um estudo recente realizado pelo Statista, banco internacional de estatísticas, levantou uma lista com as 20 nações que mais possuem usuários conectados nas redes sociais.

De acordo com o que foi divulgado, até o fim de 2021 o Brasil somava cerca de 159 milhões de pessoas que têm acesso às mídias sociais diariamente.

De acordo com a pesquisa, as redes sociais mais usadas pelos brasileiros são YouTube (89%), Instagram (85%), Facebook (84%), TikTok (49%), Pinterest (37%), Twitter (36%), LinkedIn (35%), Snapchat (15%), Twitch (9%), Reddit (6%), Tumblr (5%), Hello (3%), Flickr (2%), Quora (2%), WeChat (2%), MeWe (1%), outros (7%).

## 1.5 Métodos e técnicas

Para o desenvolvimento deste projeto será utilizado o método de *Design Thinking* segundo o autor Maurício Vianna (2012), no livro “*Design Thinking: Inovação e negócios*”.

### Design thinking

*Design thinking* é uma abordagem de resolução de problemas. É uma metodologia que permite a criação de soluções inovadoras e diferenciadas, aplicáveis para qualquer tipo de problema, desde questões empresariais até problemas sociais.

“o Design Thinking se refere à maneira do designer de pensar, que utiliza um tipo de raciocínio pouco convencional no meio empresarial, o pensamento abduutivo. Nesse tipo de pensamento, busca-se formular questionamentos através da apreensão ou compreensão dos fenômenos, ou seja, são formuladas perguntas a serem respondidas a partir das informações coletadas durante a observação do universo que permeia o problema. Assim, ao pensar de maneira abduativa, a solução não é derivada do problema: ela se encaixa nele.” (Maurício Vianna, 2012).

De acordo com Maurício Vianna (2012), o Design Thinking possui quatro macros etapas principais, que são desenvolvidas em etapas menores:

Imersão, Análise e Síntese, a Ideação e a Prototipação. Estas são interconectadas e interativas, o que significa que a equipe pode passar de uma fase para outra e voltar atrás se necessário.

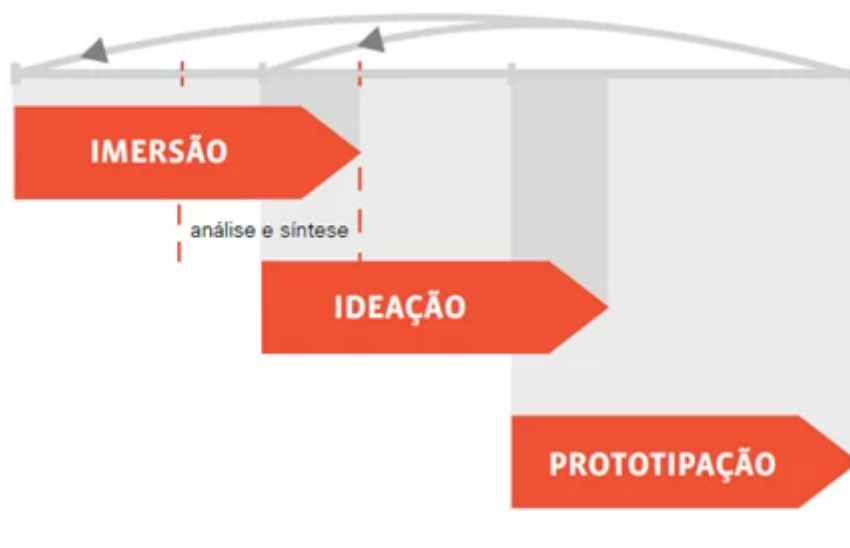


Figura 1 - Imagem representativa de Design Thinking.

Fonte: <https://cysneiros.com.br/etapas-do-design-thinking-e-suas-abordagens/>

## Imersão

Esta etapa é dividida em duas partes: Imersão Preliminar e Imersão em Profundidade.

- A imersão preliminar busca entender o problema inicial.
- A imersão em profundidade busca introduzir mais a fundo o tema abordado.

Ambas as etapas têm como objetivo a contextualização do projeto de forma mais ampla.

## **Análise e Síntese**

Esta etapa tem como função auxiliar na organização dos dados recolhidos, para que seja devidamente compreendida as problemáticas, e assim, podendo identificar na fase posterior possíveis soluções.

## **Ideação**

Esta fase tem como objetivo gerar soluções inovadoras e criativas com base nas informações obtidas na fase anterior.

As ideias serão analisadas para saber se são de fato viáveis, com o intuito de encontrar a melhor solução possível para o problema, as melhores ideias serão selecionadas e seguirão para a etapa seguinte.

## **Prototipação**

Após a fase de Ideação, a equipe deve criar protótipos das soluções mais promissoras. O objetivo da fase de Prototipagem é testar as soluções para identificar possíveis problemas e refiná-las antes da implementação, neste momento é possível identificar melhor se a solução traz resultados satisfatórios ou não.

## **2 Imersão preliminar**

### **2. 1 Pesquisa desk**

#### **2. 1. 1 Briefing**

O presente projeto visa desenvolver um videoclipe utilizando técnicas de animação, principalmente *Motion design/ motion graphics*, este será desenvolvido para a música “Running after money” do Mc Menor LC.

A ideia inicial é que o videoclipe seja bem dinâmico, com várias cores e transições rápidas, fazendo mesclas entre técnicas de animação frame a frame e *Motion Design*.

#### **Letra**

(Mc Menor LC)

Desde muito tempo atrás, pensando à frente.

Uma mente visionária pensa diferente.

Uns até deboçam, outros já não entendem.

já não entendem.

Só não se espante, quando ver o menor tocando um novo possante.

E pra colher bons frutos, basta que plante.

Alegria maior tu percebe no semblante.

No semblante.

Ela avista de longe, já vi que brisou nas minhas cordas.  
Nós é moleque de ouro, brilho no olhar reluz mais que as joias.  
Sempre na correria me esquivando, de buchicho e fofoca.  
Buchicho e fofoca.

Running after money, só não se espante quando eu começar a contar  
Running after money, se não entende vai no Google pesquisar  
(2x)

(Mc Menor Teteu)

Running after money, só não se espante quando ver o menor chegar  
X1 marcada, rolê na quebrada  
Ela impressionada, não dava nada e hoje quer me dar

Só porque eu me levantei, hoje eu tô bem, ela quer desfrutar  
Chama a melhor amiga que hoje vai ser ménage à trois  
A, a, a, a, a, ela vai sentar  
A, a, a, a, a, até ela...

E depois disso eu vou pro corre, tempo é dinheiro, fazendo malote  
Deixei meu bolso igual carro forte, ela já quer da o bote  
Já quer da o bote

(Mc Menor LC)

Running after money, só não se espante quando eu começar a contar  
Running after money, se não entende vai no Google pesquisar  
(2x)

**Autor**



Figura 2 - Foto de Allan Bezerra Velozo.

Fonte: Facebook

Allan Bezerra Velozo, mais conhecido como Mc Menor LC, é nascido e criado em São Bernardo do Campo, apaixonado por música desde pequeno, especialmente por Funk, começou a escrever suas primeiras letras em 2013. Hoje aos 24 anos, Allan segue fazendo músicas, porém no estilo trap.

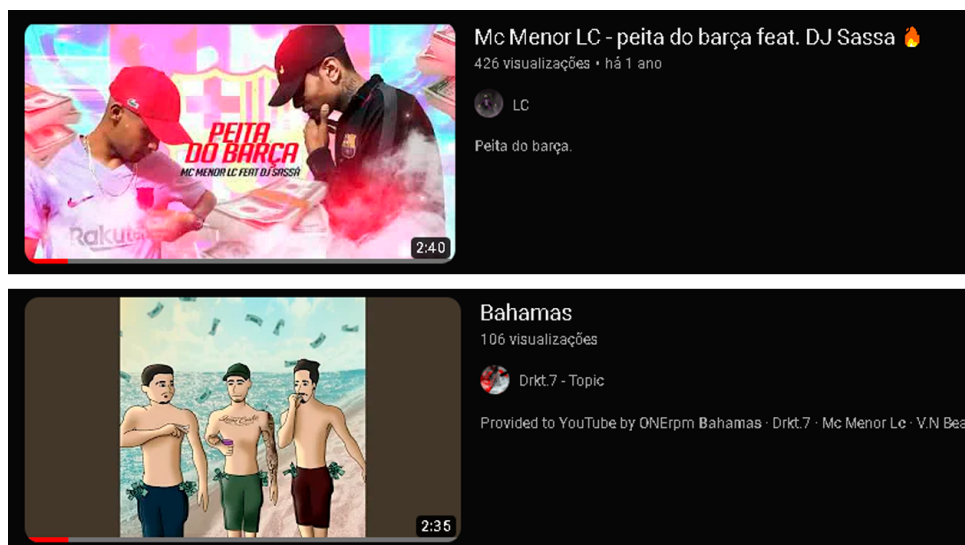


Figura 3 - Prints das últimas músicas.

Fonte: Youtube

O objetivo de Allan com o novo videoclipe é alcançar pessoas. Quando perguntado sobre o que esperava da música sua resposta foi “espero que as pessoas escutem, foi feita de coração, fluiu naturalmente, quero que as pessoas possam escutar esse trabalho”.

## 2. 1. 2 Motion Design/ Motion Graphics

O termo “*Motion Design*” é uma abreviação de “*Motion Graphics Design*” e é a união exatamente desses três elementos: o Motion Design usa os princípios do design gráfico para a produção de vídeos ou animações. Em outras palavras, é a combinação de gráficos que se movem.

O objetivo do motion design é mostrar as ideias de uma maneira visual para facilitar o entendimento da pessoa espectadora. Na maioria das vezes, sua finalidade é atingir um certo propósito de comunicação, intensificando a mensagem ou a história que será transmitida.

Sua técnica foi criada inicialmente com o intuito de ser usada apenas em desenhos e filmes, contudo, com as constantes inovações, atualmente as empresas combinam esforços para criar a experiência da pessoa usuária adicionando motion ao design de produtos digitais, e hoje podemos encontrar uma variedade dos usos do motion em aplicativos mobiles, sites e anúncios.

De acordo com VELHO, 2008. “do ponto de vista técnico, motion graphics poderia ser descrito, portanto, como uma aplicação mista de tecnologias de computação gráfica e de vídeo digital; e no plano conceitual, como um ambiente privilegiado de exercício de projeto gráfico através de imagens em movimento”

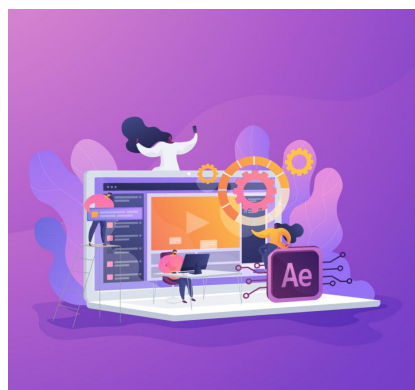


Figura 4 - Imagem representativa de criação de *motion graphics* pelo software After Effects.

Fonte: <https://www.8milímetros.com.br/o-que-e-motion-graphics/>

O motion graphics é um estilo de vídeo composto por imagens, formas e/ou palavras que se movimentam, rotacionam ou se redimensionam dentro do espaço da tela por um tempo determinado.

Os vídeos de motion são uma excelente forma de contar histórias ao público. A narrativa se torna emocionante ao apresentar ideias e conceitos complexos de forma simples e visual.

Atualmente, o motion graphics está sendo utilizado em vídeos empresariais, vídeos educativos e de mídias sociais, por serem dinâmicos e causarem impacto visual.

Com o aumento do tráfego de vídeos na internet, o motion é atraente e aumenta o potencial de engajamento e compartilhamento, o que o torna uma ótima maneira de divulgar seu produto.

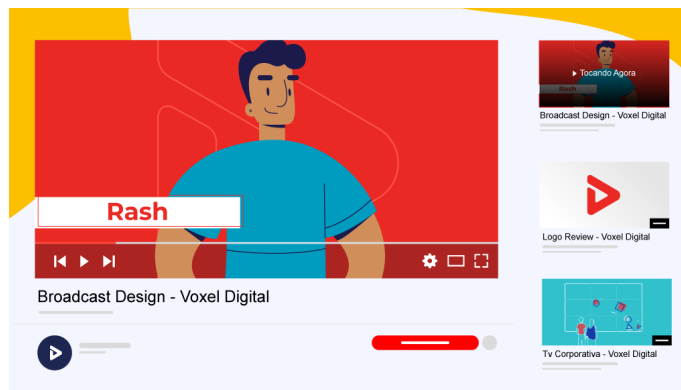


Figura 5 - Imagem exemplificativa de *motion graphics* aplicado em propagandas na internet.

Fonte:

[https://www.voxeldigital.com.br/wp-content/uploads/2020/03/VD-Post-Externo-2020\\_O-que-%C3%A9-Motion-Graphics-e-como-ele-pode-auxiliar-seu-neg%C3%B3cio.png](https://www.voxeldigital.com.br/wp-content/uploads/2020/03/VD-Post-Externo-2020_O-que-%C3%A9-Motion-Graphics-e-como-ele-pode-auxiliar-seu-neg%C3%B3cio.png)

Diferente das animações clássicas, feitas quadro a quadro por meio de desenhos, o motion graphics normalmente utiliza formas geométricas, textos, ilustrações e ícones, mesclando o digital e o artesanal, que ganham vida através das marcações de mudanças dos seus parâmetros de acordo com o tempo, os famosos keyframes.

Além do Motion design, essas são algumas outras técnicas de animação:

- Animação de recorte
- Flip Book

- Stop Motion
- Animação Tradicional
- Animação Digital 2D e 3D
- Mocap (Captura de movimento)

### **Animação de recorte**

Tradicionalmente é uma técnica de animação que utiliza personagens, objetos e cenários recortados, usando como materiais, por exemplo: papel, cartão, tecido ou até mesmo fotografias. O cut-out consiste em pegar essas partes dos personagens separadamente e juntar ou alterá-las separadamente em decorrência dos frames ao invés de desenhar tudo novamente (como é feita na animação tradicional).



Figura 6 - Exemplo de animação de recorte

Fonte: <https://www.zero pontocinco.com/2019/09/animacao-de-recorte-ou-cut-out.html>

Atualmente essa técnica utiliza recortes simulados por software, tornando tudo digital. A série animada South Park, por exemplo, onde os primeiros episódios foram realizados em animação de recortes verdadeira, mas que em seguida passou a ser produzida de forma digital utilizando softwares . Charlie e Lola é outra animação feita através da técnica de Cut-out ou recorte.

### **Flip Book**

O flip book tem o princípio da animação quadro a quadro, também chamado de folioscópico, que é um princípio aplicado até hoje em animações 2D profissionais.

Ou seja: uma sequência linear de imagens em que cada uma delas tem um leve deslocamento e, se olhadas individualmente, estão completamente paradas. Acontece que quando viramos as páginas rapidamente, elas realmente parecem estar se movendo e, assim, narram uma história com a participação ativa de quem está com aquele objeto em mãos.

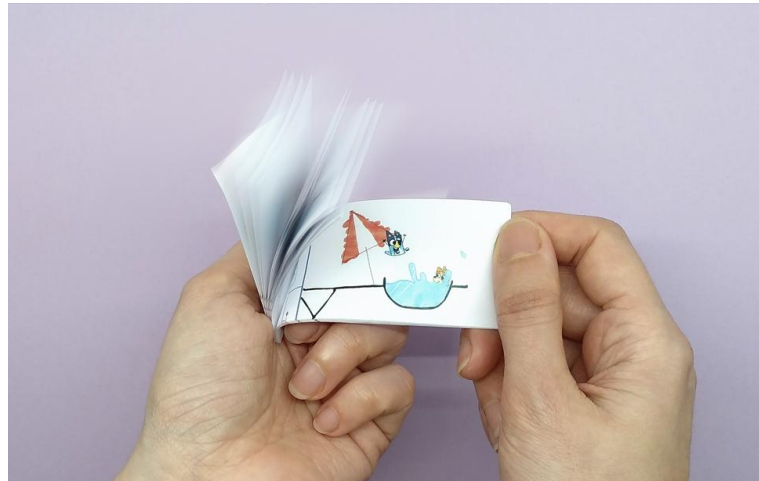


Figura 7 - Exemplo de animação Flipbook.

Fonte: <https://www.bluey.tv/make/make-a-bluey-flipbook/>

Eles podem ter poucas ou muitas páginas, dependendo de como vai ser a história contada. Existem até flips para canhotos e outros que podem estar no meio de um livro como um suporte para uma explicação. Alguns manuais antigos de esporte, inclusive, adotavam essa técnica para mostrar como deveriam ser os movimentos dos atletas!

## **Stop Motion**

Stop Motion é uma técnica que utiliza a disposição sequencial de fotografias diferentes de um mesmo objeto inanimado para simular o seu movimento. Estas fotografias são chamadas de quadros e normalmente são tiradas de um mesmo ponto, com o objeto sofrendo uma leve mudança de lugar, afinal é isso que dá a ideia de movimento.



Figura 8 - Exemplo de animação Stop motion.

Fonte: <https://www.dna.tv.br/a-historia-do-stop-motion/>

Cientificamente falando, o Stop Motion só é compreendido como movimentação pelo fenômeno da Persistência Retiniana. Ele provoca a ilusão no cérebro humano de que algo se move continuamente quando existem mais de 12 quadros por segundo. Na verdade, o movimento desta técnica cinematográfica nada mais é que uma ilusão de ótica.

### **Animação Tradicional**

A animação tradicional é feita em desenhos sequenciais de 24 quadros por segundo. Utiliza-se uma mesa de luz com pinos e folhas translúcidas ou acetatos, onde o animador poderá criar os desenhos com as poses principais, executando posteriormente os desenhos de intervalo que irão compor a ação.



Figura 9 - Exemplo de animação tradicional.

Fonte: <https://eba.ufmg.br/caad/index.php/animacao/>

A animação tradicional teve sua consagração através da maioria dos desenhos da década de 20 e dos estúdios Walt Disney; até a década de 90 com

Looney Tunes, Pica-Pau e milhões de outros que conhecemos. Atualmente, os desenhos são feitos à mão, mas pintados e animados em computador.

## Animação Digital 2D e 3D

Animação 2D é o processo de manipular desenhos bidimensionais (2D) criando a ilusão de movimento. A cada 24 desenhos (conhecidos por frames) temos 1 segundo de animação.

Visto que cada segundo corresponde a 24 desenhos/frames, foi desenvolvido uma técnica no início das animações de utilizar uma mesma imagem por 2 frames seguidos, conhecida como work on twos (desenhar em dois). Assim, cada segundo continua a ter 24 frames, mas apenas 12 desenhos são necessários, diminuindo o trabalho pela metade.

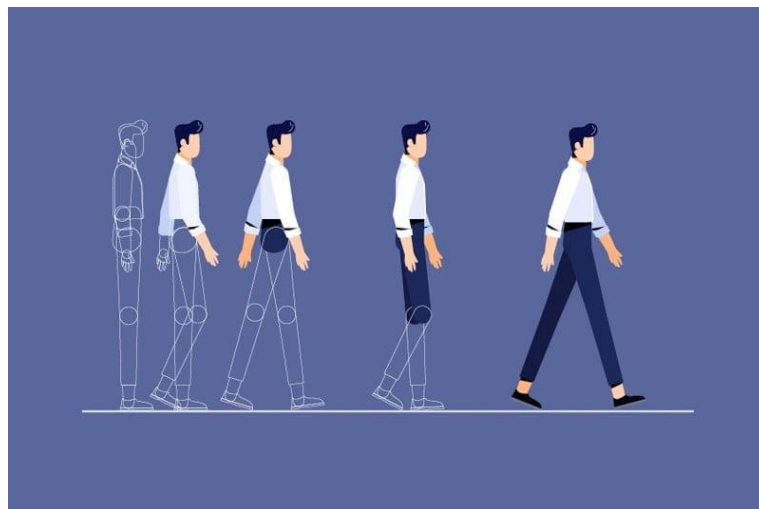


Figura 10 - Animação 2D.

Fonte: <https://www.renderforest.com/pt/blog/2d-animation>

Animação 3D é o processo de manipular imagens tridimensionais (3D) criadas por CGI (Computer Generated Imagery – Imagens Geradas por Computador), onde podemos escolher quantos frames cada segundo possui.

Os princípios da animação 2D e 3D são muito semelhantes, o que muda aqui é a forma que a animação 3D é construída.

Enquanto que, na animação 2D, tudo que você precisa para criar uma cena é desenhar a cena, na animação 3D, não existe ilustração direta, então, é necessário

construir todos os modelos previamente e transformá-los em “bonecos” para serem movidos na hora da animação.

Basicamente, para animar uma cena, é necessário esculpir digitalmente todos os objetos/personagens que forem necessários, criar o rigging (um tipo de esqueleto digital) para os objetos/personagens que precisarem de animação para, aí sim, começar a fazer a animação da cena.

O animador 3D move os controladores do personagem/objeto como se fossem um tipo de boneco e o computador é responsável por fazer o preenchimento entre os frames principais

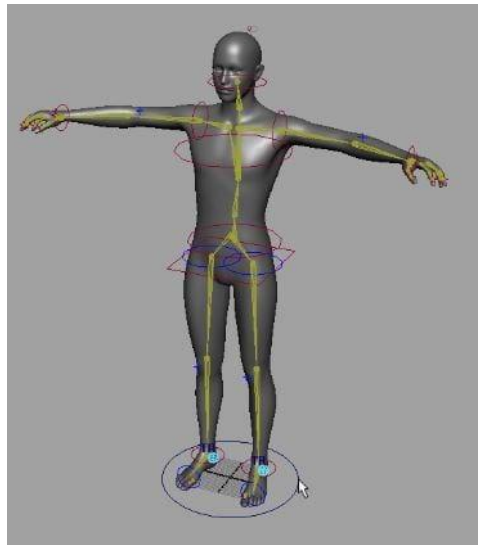


Figura 11 - Animação 3D.

Fonte: <https://academyofanimatedart.com/master-these-important-3d-rigging-terms/>

### **Mocap (Captura de movimento)**

Consiste em gravar as ações de atores humanos e usar as informações coletadas para animar modelos de personagens virtuais em animação 3D. A técnica, que foi criada na Escócia, é utilizada em projetos que demandam de uma grande e complexa animação 3D, em tempo mais ágil.

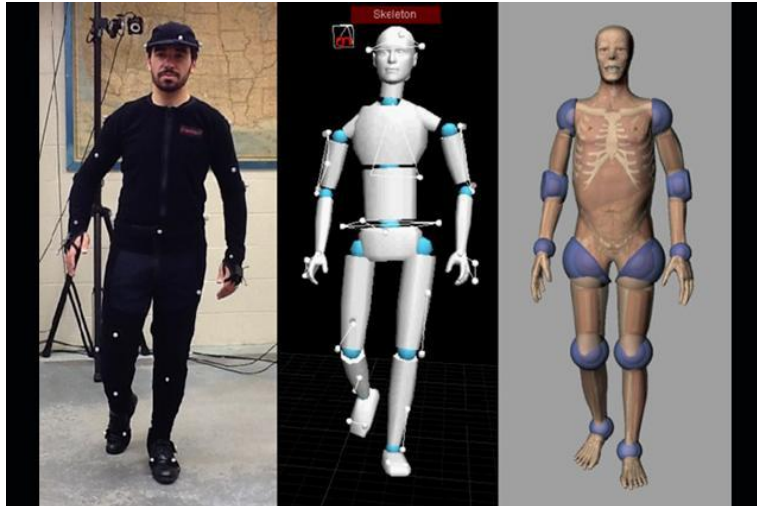


Figura 12 - Mocap.

Fonte: <https://know.net/arteseletras/cinemateatro/motion-capture/>

Face cap é uma solução de captura de movimento facial para iPhones e iPad Pros equipada com uma câmera frontal de profundidade real.

Ele grava e exporta animações de expressões faciais para serem usadas em jogos, animações, vfx etc. Também é capaz de transmitir dados de animação por redes WIFI e importar avatares personalizados.

### 2. 1. 3 Softwares

#### Adobe Photoshop



Figura 13 - Logo Photoshop

Fonte: <https://logosmarcas.net/photoshop-logo/>

De acordo com o site da Adobe Systems (empresa criadora do programa) o Adobe Photoshop é um software de edição de imagens, este, pode ser utilizado por fotógrafos, web designers, ilustradores, animadores, arquitetos, designers de interiores e outros profissionais que trabalham com edição de imagem.

O software possui diversas possibilidades de uso, no entanto, é focado em 3 atividades:

## Correções de imagens

Um dos principais usos do Adobe Photoshop Profissional é a correção de imagens. Com o programa é possível eliminar objetos, remover imperfeições da pele, mudar cores, iluminação, entre outros ajustes.

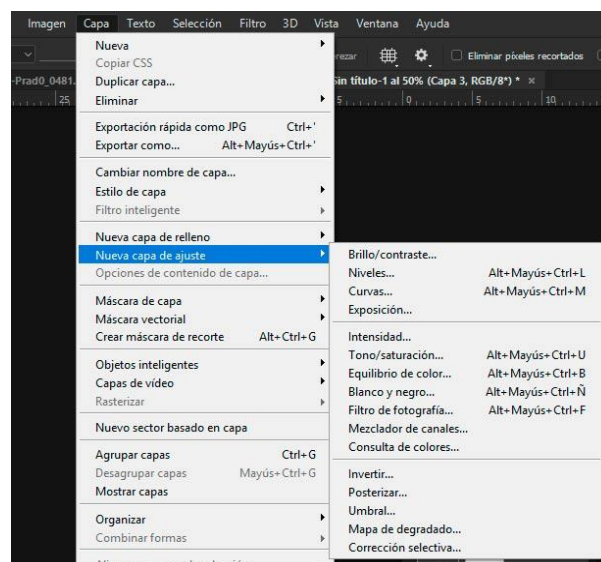


Figura 14 - Ajustes Photoshop.

Fonte: <https://processingraw.com/monografico-aprende-por-fin-a-usar-las-capas-de-ajuste-en-photoshop-cc/>

O acabamento de imagens renderizadas é o principal uso do photoshop para arquitetos. Com o software, é possível deixar os projetos ainda mais realistas, oferecendo ao cliente uma experiência incrível.

O Photoshop ajuda a melhorar a imagem de várias formas, seja no contraste, nitidez, sombras e luzes, filtros de cores e matizes.

Ainda é possível agregar detalhes nos renders, adicionando escalas humanas, vegetação, veículos, reflexos, materiais e outras imagens.

## Criação de layouts e banners

O Photoshop Profissional é usado por web designers para a criação de layouts, banners, logotipos e outros tipos de materiais promocionais.

O software é uma das principais ferramentas no mercado de comunicação, principalmente de publicidade.

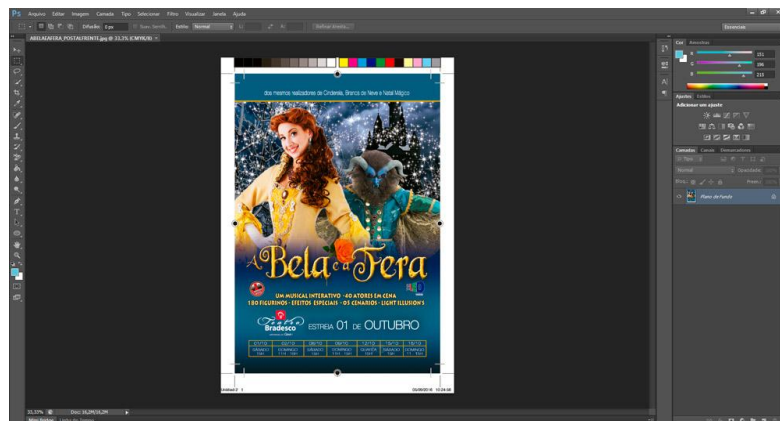


Figura 15 - Banner Photoshop.

Fonte: <https://www.mtall.com.br/guia-completo-como-criar-flyers-e-panfletos-no-photoshop/>

## Ilustração Digital

O Photoshop Profissional é uma excelente ferramenta para produzir ilustrações. Nessa atividade, é necessário contar com uma mesa digitalizadora para fazer a colorização dos desenhos.

Para a elaboração deste projeto o Adobe Photoshop será utilizado para a criação de ilustrações digitais.

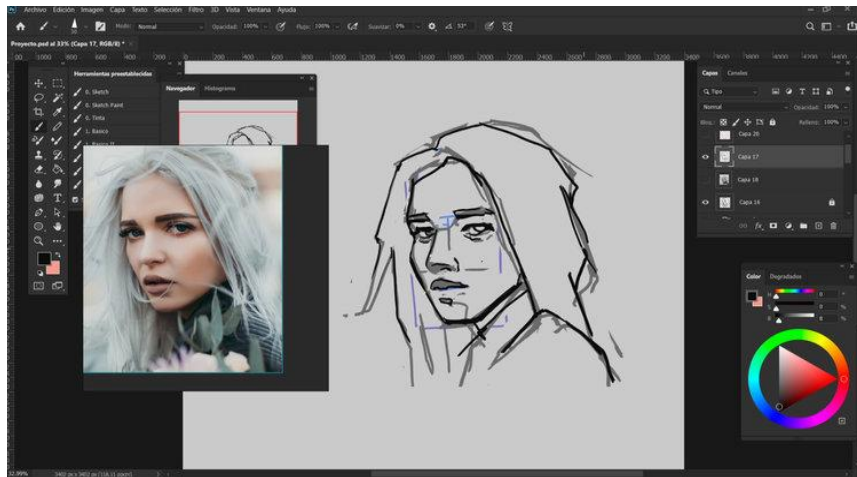


Figura 16 - Desenho digital.

Fonte:

[https://www.domestika.org/pt/courses/1905-principios-da-pintura-digital-para-retratos/final\\_project\\_lessons](https://www.domestika.org/pt/courses/1905-principios-da-pintura-digital-para-retratos/final_project_lessons)

## Adobe Illustrator



Figura 17 - Logo Illustrator

Fonte: <https://logodownload.org/adobe-illustrator-logo/>

De acordo com seu desenvolvedor, o Adobe Illustrator é um software voltado para a criação vetorial, enquanto o Photoshop trabalha com imagens, o Illustrator é mais usado para a criação de vetores. Em vez de um mapa alinhado de pixels, ele opera a criação de desenhos por curvas, o que atribui a possibilidade de aumentar ou reduzir a imagem da maneira que bem entender, seja em ilustrações vetoriais, layouts ou em uma identidade visual.

Por meio do Illustrator, é possível editar, inclusive, objetos tridimensionais e aplicar os mesmos efeitos oferecidos pelo Photoshop. Claro que isso não quer dizer que os dois programas sejam os mesmos.

Ao decorrer deste projeto o adobe illustrator será utilizado para desenvolver tipografias personalizadas em vetor, para posteriormente ser animado em outro software.

## **Adobe After Effects**



Figura 18 - Logo After Effects

Fonte: <https://logodownload.org/adobe-after-effects-logo/>

O After Effects é um ótimo software para os profissionais da área de animação graças às ferramentas que ele disponibiliza e por não ter uma usabilidade muito complexa.

Porém, é importante ter sempre em mente que ele foi criado para ajudar na finalização dos trabalhos. Ou seja, o software não é o programa ideal para editar vídeos inteiros ou trechos muito longos. Nesse caso, o indicado é utilizar programas criados para realizar esse tipo de tarefa, como o Premiere.

De acordo com o site da Adobe o After Effects tem como principais funcionalidades:

- Produção de animações
- Aplicação de efeitos especiais
- Correção de defeitos nas imagens
- Adição de transições
- Montagem de vinhetas

### **Produção de animações**

Uma das maiores e mais conhecidas funcionalidades do After Effects é a produção de animações. Neste software gráfico, é possível animar personagens, cenas, caracteres, palavras e até textos. Por isso, o programa é excelente para criar conteúdo para diferentes áreas.

O profissional pode utilizar o After Effects para produzir, por exemplo, gifs, animações curtas e posts mais dinâmicos para redes sociais, sites e blogs. Como essas mídias estão em alta e são bastante usadas por empresas, esse é um trabalho que está se tornando cada vez mais comum para quem atua no mercado de animação.

### **Aplicação de efeitos especiais**

Outro fator responsável pelo sucesso do After Effects entre seus usuários é a grande quantidade de efeitos especiais que estão disponibilizados na biblioteca do programa. Nela, as pessoas conseguem encontrar efeitos de chuva, explosões, fumaças, desfoques e muitos outros.

Além de utilizar os efeitos que já vêm com o programa, os usuários podem instalar plugins para melhorar suas bibliotecas. Estes são efeitos desenvolvidos por

outras empresas, mas que podem ser baixados no After Effects e aplicados em documentos editados no programa para melhorar a qualidade do projeto.

Quando um indivíduo acessa a aba de efeitos no software, a própria ferramenta já indica certos plugins para ele. Dessa maneira, o usuário consegue conhecer boas opções de efeitos adicionais. Muitos efeitos especiais do programa ainda são personalizáveis para que se adequem perfeitamente a cada material.

### **Correção de defeitos nas imagens**

Com o After Effects, os profissionais também podem corrigir vários defeitos em imagens. Assim, eles são capazes de melhorar bastante o resultado final do trabalho. Alguns exemplos de falhas que podem ser corrigidas são falta de foco, nitidez ou estabilidade.

### **Adição de transições**

O software possui várias transições que conseguem tornar os vídeos e animações mais dinâmicos e interessantes para o público. Essas transições nada mais são do que efeitos criados para serem utilizados na troca de imagens em um vídeo, as opções também são bastante diversas.

### **Montagem de vinhetas**

Criar vinhetas nesse software é uma excelente ideia, já que ele possui diversos efeitos e permite que praticamente tudo seja animado, inclusive letras e textos. As vinhetas são partes bem rápidas de um vídeo que anunciam o início do conteúdo.

## Adobe Premiere Pro



Figura 19 - Logo Premiere

Fonte: <https://logodownload.org/adobe-premiere-pro-logo/>

O Premiere Pro é um editor de vídeo para quem precisa de uma ferramenta mais completa, que vá além daquilo que é possível fazer com aplicativos mais simples e de perfil de uso mais acessível e genérico.

De acordo com a Adobe, o Premiere Pro é um editor de vídeos poderoso, que permite a editores criar e trabalhar vídeos com qualidade e acesso a recursos modernos.

O Premiere permite edição em resoluções bem altas, funciona integrado com outros apps da Adobe, como Photoshop, Illustrator e After Effects. Garante a qualquer usuário e profissional uma base sólida para o desenvolvimento de conteúdo em áudio e vídeo de qualidade.

Tido como referência no mercado de edição de vídeo, o Adobe Premiere Pro funciona na mesma dinâmica de timelines e edição em tempo real que usuários encontram nos principais concorrentes.

Para o desenvolvimento deste projeto, este programa será utilizado para a montagem em ordem cronológica das informações, será utilizada a “time line” para criação de sequências de animação, entre outras técnicas.

#### **2. 1. 4 VídeoClipe**

Um videoclipe pode ser considerado um filme curto, esse termo começou a ser usado mais ou menos na década de 1980.

Segundo CORRÊA 2007 "A palavra clipe deriva de clipping que significa recorte (de jornal ou revista) e possivelmente isso se refere à técnica midiática de recortar imagens e fazer colagens em forma de narrativa em vídeos."

A evolução do gênero do videoclipe está diretamente ligada à história do cinema.

No século XX mais ou menos, algumas projeções já eram concomitantes pela música. Algumas partes de músicas foram escolhidas a partir de cenas apresentadas no filme e aí está a grande diferença entre ambos. Afinal, o videoclipe são canções criadas e depois temos a inserção de imagens.

Os Beatles foram os primeiros a investir em algo que parecia com um videoclipe (não era bem um videoclipe na época) mas fazia com que eles aparecessem mais em TV's sem terem que estar presentes nos estúdios dos programas. O marco mesmo foi o lançamento de *Bohemian Rhapsody*, do Queen. Foi considerado o primeiro videoclipe produzido com o objetivo claro de lançar um disco. Porém, o auge mesmo foi com a estreia da tão conhecida MTV. O primeiro vídeo a ser exibido foi *Video Killed the Radio Star*, do The Buggles. Estourou na época.



Figura 20 - Clipe Beatles.

Fonte: <https://diariosbeatles.blogspot.com/2015/11/os-beatles-criaram-o-video-de-musica.html>

No início dessa década de 1980, as produções eram apenas colagem de imagens e não tinham tanta preocupação de trazer uma narrativa. Mas, com a popularidade conquistada graças à emissora, as gravadoras estavam investindo mais nos vídeos. E aí sim vieram sucessos como *Thriller*, de Michael Jackson (1983) e *Freedom! '90*, de George Michael (1990), dirigido por David Fincher, que faria depois o filme *Clube da Luta*.

Passou-se o tempo e tivemos a reconfiguração do videoclipe nas novas mídias. Pois tivemos a chegada da internet e com a chegada da internet tivemos o lançamento do youtube. O youtube nasceu em 2005, porém só foi notado mesmo lá por 2009 quando vídeos dos mais diversos conteúdos foram publicados e compartilhados por quem o assistia.

É importante dizer também que o videoclipe é também uma ferramenta de apelo mercadológico, pois influencia em comportamentos e ditas modas. O videoclipe surgiu então como um pacote completo que é a música e a imagem de um artista.

### **Composição de cena**

Uma boa composição de vídeo é capaz de gerar uma estética harmoniosa, fixar a atenção do espectador para pontos de interesse do assunto e até alcançar um efeito “emocional”.

Algumas das regras básicas para o devido enquadramento de câmera são:

- Regra dos terços
- Proporção Áurea
- Simetria e Assimetria
- Linhas de perspectiva (diagonais)
- Profundidade
- Direção do olhar e ação
- Harmonização: Contraste e destaques

### **Regra dos terços**

A regra dos terços é uma técnica de composição frequentemente utilizada por pintores e fotógrafos. Sobre a cena a ser retratada, o artista traça quatro linhas imaginárias (ou seja, divide o quadro em terços) e coloca o objeto principal em um dos pontos formados pelas intersecções. Isso geralmente garante um enquadramento mais harmonioso.

A regra dos terços é uma das mais conhecidas de uma composição de imagem. Boa parte das câmeras já apresenta as linhas dos terços em seus visores, o que auxilia o produtor de conteúdo a posicionar os objetos principais nos pontos mais atrativos da tela.



Figura 21 - Regra dos terços.

Fonte: <https://fotografiamais.com.br/regra-dos-tercos>

Conhecidos como pontos de interesse, eles são formados pelas intersecções das 2 linhas horizontais e 2 linhas verticais. O olho é naturalmente atraído para esses pontos e os objetos posicionados neles devem ser os principais assuntos da composição.

### **Proporção Áurea**

A regra dos terços é derivada da proporção áurea, um padrão geométrico encontrado em toda a natureza, portanto, agradável aos nossos olhos. Apesar de não serem os mesmos pontos de interesse, havendo uma pequena variação da proporção áurea para a regra dos terços, ambas são esteticamente agradáveis para o espectador, por serem aproximadas.

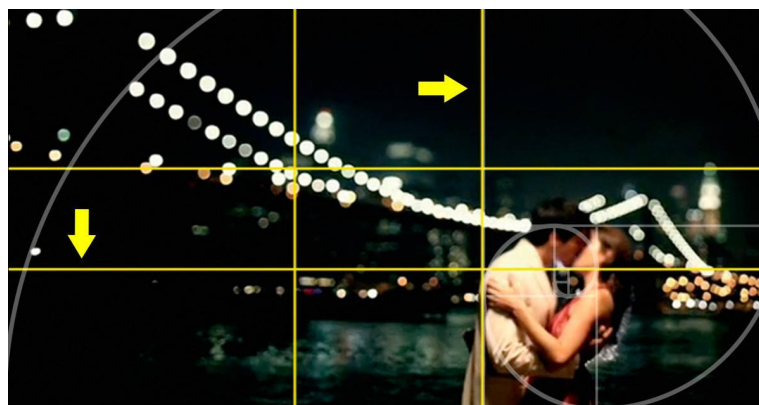


Figura 22 - Proporção aurea.

Fonte:

<https://www.almanaquesos.com/como-aplicar-regra-golden-ratio-em-sua-fotografia-porporcao-aurea-dourada-regra-de-ouro/>

### **Simetria e Assimetria**

A simetria ocorre quando os objetos de ambos lados da imagem se equilibram. É uma estética agradável aos olhos. Quando em movimento a cena deixa de ser simétrica e se torna assimétrica, a atenção do espectador se volta para a tela.

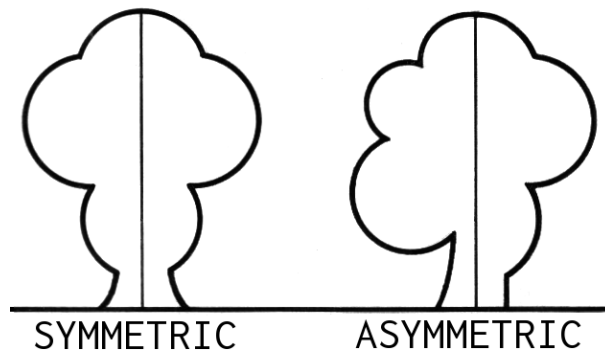


Figura 23 - Simetria e assimetria.

Fonte: <https://fotografiamais.com.br/regra-dos-tercos>

Por serem princípios básicos do design, é possível aplicar simetria e assimetria em tudo quanto é projeto: layouts de sites, revistas, livros, embalagens, ilustrações, fotografias, cartazes, logotipos, enfim... Até em decoração de ambientes, arquitetura e roupas conseguimos ver o uso de simetria e assimetria.

Simetria é obtida a partir de um eixo ou de um ponto, em que vemos os lados iguais ou praticamente iguais. A simetria é agradável aos nossos olhos, nos apresenta perfeita harmonia, porque muitas coisas são naturalmente simétricas – o nosso corpo, por exemplo.

A natureza também é cheia de assimetrias e para layouts ou projetos assimétricos não devemos apenas colocar os elementos jogados de qualquer forma, mas devemos buscar a elegância e a coerência através dos elementos que temos. Deve ser um caos de certa forma organizado. A proporção dos objetos e o espaço entre eles devem ser distribuídos de maneira que a estética seja harmoniosa.

### **Linhas de perspectiva (diagonais)**

Uma boa forma de se criar profundidade no vídeo é utilizar de linhas de perspectiva. Essas linhas diagonais funcionam como ponto de fuga para os olhos. Quando as linhas se escondem atrás de outro objeto, nosso cérebro imagina que elas estão continuando, por isso, ocorre a sensação de profundidade.

As linhas diagonais também podem ser usadas para levar a atenção para um ponto do enquadramento.



Figura 24 - Linhas diagonais.

Fonte:

<https://iphotochannel.com.br/regras-de-composicao-fotografica/#:~:text=A%20t%C3%A9cnica%20de%20linhas%20diagonais,olho%20do%20espectador%20pelo%20quadro.>

As linhas diagonais trazem dinamismo e energia à sua composição, proporcionando uma sensação de profundidade quando convergem ou cruzam outras linhas. A técnica de linhas diagonais na composição de fotos consiste em usar linhas inclinadas para criar movimento e direção na imagem. As linhas diagonais ajudam a conectar os elementos visuais da imagem e a conduzir o olho do espectador pelo quadro.

## **Profundidade**

A profundidade é responsável por amenizar a sensação da imagem “chapada”. Quando a gravação é feita em um ambiente fechado, a sobreposição de objetos auxilia a criar uma ilusão de profundidade, que não é captada tão facilmente pela câmera quanto por nossos olhos.

Para isso, independentemente do espaço disponível, é interessante criar de 2 a 3 níveis diferentes de profundidade no cenário.

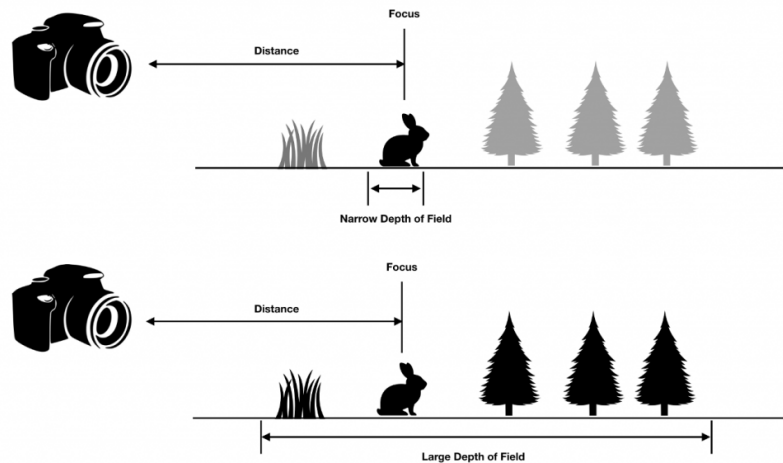


Figura 25 - Profundidade.

Fonte: <https://blogaudiovisual.com.br/como-a-abertura-e-fstop-afetam-a-profundidade-de-campo/>

A profundidade de campo é a área nítida (com foco) de uma imagem. Uma imagem em que tudo ou quase tudo está em foco possui uma grande profundidade de campo. Mas se apenas uma parte da cena estiver nítida, fazendo contraste com o restante que está fora de foco, esta fotografia tem profundidade de campo.

### **Direção do olhar e ação**

Uma boa forma de dar direção ao olhar é deixar o maior espaço do enquadramento para o lado que o olhar ou movimentos estão direcionados. Esse “espaço” dá ao espectador a sensação de liberdade de movimento do apresentador. Mas, se o olhar está direcionado para a margem mais próxima, temos a sensação de que o importante está fora da tela e sentimos frustração e desconforto de não poder vê-la.



Figura 26 - Direção do olhar

Fonte:

<https://iphotochannel.com.br/pessoas-aparentam-poder-e-positividade-se-fotografadas-olhando-para-a-direita/>

É uma das principais regras de composição fotográfica e consiste, em respeitar a direção em que o modelo da nossa fotografia está olhando. Quer dizer, ao enquadrar uma fotografia, deveríamos deixar mais espaço na frente do sujeito do que atrás dele.

Isso independentemente, de quão amplo ou estreito, seja o enquadramento geral dos outros elementos que acompanham ao sujeito da nossa fotografia.

### **Harmonização: Contraste e destaques**

O contraste é uma técnica visual que é excelente na hora de fazer composições impressionantes! Nossos olhos, naturalmente, são guiados para áreas com maior contraste. Enxergar contrastes nos permite distinguir formas, cores e texturas, fazendo com que enxerguemos os objetos e formas simples de uma forma mais interessante e criativa.

Uma fotografia com os elementos de contraste não passa despercebida pelos nossos olhos! Chamam atenção e gravamos aquela imagem com mais nitidez e facilidade!



Figura 27 - Contraste.

Fonte: <https://www.rafaelbigarelli.com.br/post/fotografia-e-contraste-crie-destaque-na-imagem>

O uso de objetos com diferentes texturas e cores que causam contraste é importante para a composição da imagem. Esses objetos harmonizam a cena e funcionam como pontos de descanso para os olhos. Porém, é importante que o cenário não fique poluído e os objetos se tornem pontos de distração.

## 2. 1. 5 Tipografia

Tipografia significa a “impressão dos tipos”, nome mais comum para fontes de letras. Contudo, atualmente este é o nome dado ao estudo, criação e aplicação de caracteres, estilos, formatos e disposição visual de palavras.

### Tipografia – Classificação de Fontes de Letras

- Serif (com serifa);
- Sans Serif (sem serifa);
- Script (simula a escrita à mão);
- Display (fontes artísticas).

#### Serif

As fontes da Serif possuem pequenos traços, chamados de serifa, que ficam na parte de cima e de baixo de cada letra. Por conta de sua aparência clássica, são uma boa opção para projetos mais tradicionais. Elas também são comuns em publicações impressas, como revistas e jornais.

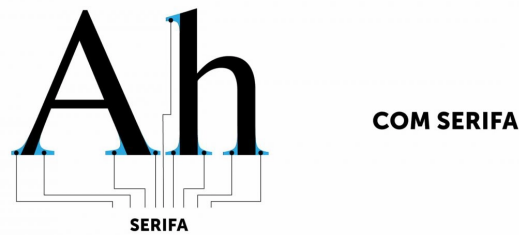


Figura 28 - Tipografia com serifa.

Fonte: <https://webnial.pt/blog/qual-a-diferenca-entre-tipos-de-letra-com-serifa-e-sem-serifa/>

## Sans Serif

As fontes Sans Serif não têm esse traço extra, por isso o nome, que em francês significa "sem serifa". Este estilo é considerado mais limpo e moderno. Além disso, é mais fácil de ser lido nas telas de computadores, smartphones e tablets.



Figura 29 - Tipografia sem serifa.

Fonte: <https://webnial.pt/blog/qual-a-diferenca-entre-tipos-de-letra-com-serifa-e-sem-serifa/>

## script

A tipografia script, também chamada de cursiva ou manuscrita, consiste no estilo de fonte que simula a escrita manual humana. Por isso, estas são as fontes mais clássicas, elegantes e suaves, sendo mais utilizadas também na criação de designs gráficos como convites de formatura.



Figura 30 - Tipografia script.

Fonte: <https://pt.ffonts.net/Playlist-Script.font>

## Display

A tipografia display consiste nas fontes de letras mais artísticas, que não podem ser classificadas em nenhum dos tipos anteriores. Esse tipo de fonte possui letras mais enfeitadas, podendo trazer símbolos e figuras no lugar do alfabeto às vezes.

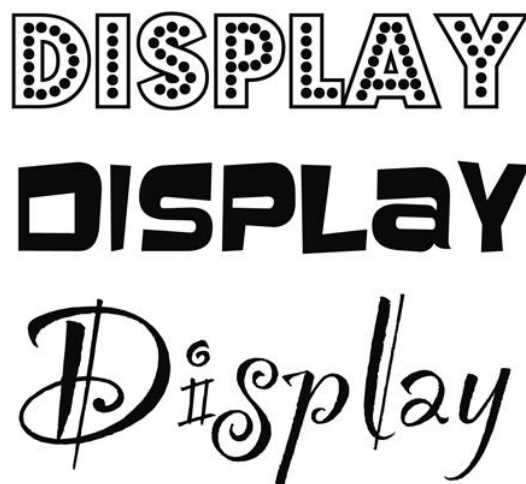


Figura 31 - Tipografia display.

Fonte: <https://trazoscreativos.com/psicologia-de-las-tipografias/>

De certa forma, as fontes têm sua própria linguagem, já que podem ser casuais, neutras, exóticas ou gráficas.

Algumas tipografias possuem outras características, como fontes Comic Sans, Curlz, Papyrus e assim por diante. A desvantagem destas fontes é que elas parecem estar desatualizadas e já foram muito usadas.

## **2. 1. 6 Produção**

Para uma produção audiovisual ser realizada com sucesso, existem algumas técnicas a serem utilizadas, como roteiro por exemplo, bem como processos a serem seguidos, como pré-produção, produção e pós-produção. Cada uma dessas etapas possui sua devida importância para a conclusão da obra.

### **Roteiro**

Um roteiro nada mais é do que um documento, um guia contendo basicamente as cenas e diálogos de um filme ou qualquer outro produto audiovisual.

Cada parte do processo de produção se baseia em indicações do roteiro. Exemplo da produção, que através do roteiro tem a possibilidade de prever e desenvolver uma lista do que será necessário para a produção do projeto, criar um orçamento prévio dos custos, encontrar os profissionais necessários para o desenvolvimento do filme conforme as qualidades do roteiro. Em outro exemplo a equipe e o diretor de fotografia, através do roteiro tem a capacidade de criar o ambiente e a iluminação que condiz com o clima e as necessidades dramáticas da história que está sendo contada.

O roteiro é peça fundamental para a direção de uma obra audiovisual, o diretor necessita do roteiro para que ele saiba o que deve ser filmado, para que ele decida o como vai ser filmado. A relação do diretor para com o roteiro é de necessidade mútua. Sem o roteiro o diretor não tem um filme a ser filmado, sem um diretor o roteiro não passa de um amontoado de palavras, não cumprindo sua função básica de se tornar um filme.

## **Produção**

**Pré Produção** – Caracteriza-se pelo processo prévio, como o nome já explica, trata-se do processo de pesquisa, de entrevistas, e de cotação. O primeiro processo na pré-produção é o de buscar o ambiente em que vai ser gravado o vídeo em questão. Se tratar de externar, possivelmente requererá um processo burocrático de solicitação de direito de gravação e o uso comercial de imagem do local. Se for ambientes públicos muitas vezes necessita a solicitação na subprefeitura da área; se for em ambientes privados a solicitação é mais fácil e o próprio responsável pela área como um gerente, poderá autorizar.

Segundo processo da pré-produção, é o de ver as pessoas que estarão envolvidas, e deixar tudo acertado para o dia da gravação, como figurino, se vai ter alguma caracterização em maquiagem, enfim deixar tudo bem explicado, para que o figurante ou até mesmo o autor esteja a par da situação. Portanto, caro leitor resumindo. A pré-produção estará encarregada de cuidar de todos os problemas que poderão se tornar empecilhos, a maior parte dos erros de orçamento, ou estouro do mesmo, deve-se a uma má pré-produção. Um uso de um estúdio fotográfico que é cobrado por hora se, por exemplo, for utilizado para nele fazer pré-produção, muito dinheiro irá embora e pouco tempo sobrar para utilizar a sua criatividade na produção.

**Produção** – Durante o período de produção, o ambiente deverá apenas ser utilizado para gravação, produção artística, captação de diversos takes em diversos ângulos para possuir boas opções, Making-of, Make-up, e etc... o que se diz respeito à produção.

**Pós Produção** – Como o próprio nome remete a pós-produção será o que virá depois, por exemplo, assim que as imagens vierem do set para as ilhas, o editor ou produtor, receberá aquele conteúdo e terá que converter os arquivos para um codec que futuramente o software irá ler. Após a conversão, terá o upload dos materiais brutos e decupagem. Após decupagem, processos de montagem, finalização e exportação... está enganado quem acha que acabou por aí, ainda

temos um outro processo que deve-se cobrar a parte que é o Collor Correction, ou seja a Correção de Cor, esse processo que carinhosamente podemos apelidar de Masterização da Imagem, quem veio do áudio como eu, entenderá a metáfora... deve-se cobrar como um trabalho extra, por que será ele que dará o Up ao seu vídeo e trará aquele aspecto cinematográfico as cenas.

**Roteiro** - É um documento narrativo que orienta cenas e diálogos em qualquer produto audiovisual: filmes, comerciais, programas de TV, animações, vídeos de redes sociais, podcasts, transmissões de vídeos e até jogos.

Um roteiro não conta uma história, ele “mostra” como será a história. Ao contrário da literatura, onde as emoções e sentimentos de um personagem podem ser descritos, num roteiro isso deve ser mostrado através da ação.

Os roteiristas podem usar marcadores como "severo", "agradável", "surpreso" etc. no diálogo para indicar o tom do personagem. Nos tempos modernos, porém, a intervenção do roteirista no trabalho do ator, que é dirigido pelo diretor, foi reduzida ao mínimo necessário. Porém, a falta absoluta dessas instruções pode levar a erros na interpretação da intenção do discurso.

As emoções “invisíveis” dos personagens não são expressas no roteiro, pois precisam ser reveladas ao público por meio da experiência de ação do ator diante da câmera. Portanto, o conceito básico do roteirista é que “escrever é o mesmo que descrever”. As emoções que o público sente a partir dos estímulos da cena que assiste no filme são geradas pela interpretação dos diferentes acontecimentos descritos no roteiro como ações e ações que acontecem diante da câmera. Do ponto de vista da linguagem simbólica, pode-se dizer que a cena contém instruções ao espectador, que é obrigado a decodificar e interpretar o que é mostrado. Um roteiro é bom se as ações nele descritas se sucedem e o significado é percebido a partir do conjunto de ações.

### 3 Imersão em profundidade

#### 3. 1 Entrevistas

Com o intuito de entender sobre a relevância e contextualização do projeto, foi feita uma pesquisa quantitativa e qualitativa, esta obteve um total de 32 respostas.

Para a realização desta entrevista, foi utilizado a plataforma Google Forms, onde foram desenvolvidas algumas perguntas com relação a preferência do público sobre o tema videoclipes.

A pesquisa foi divulgada através das redes sociais do autor, tais como WhatsApp e Instagram, alcançando assim muitas pessoas do círculo social do mesmo.

Resultados:

Você prefere videoclipe com ou sem a letra da música?

32 respostas

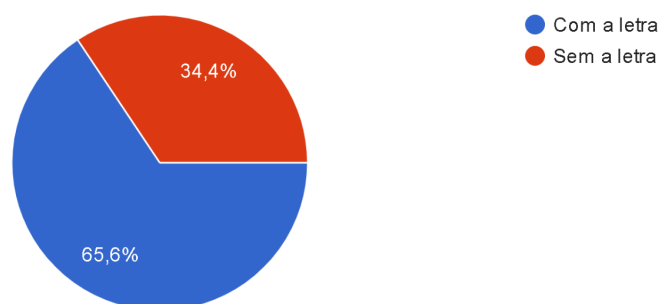


Figura 32 - Gráfico de pizza referente a preferência de letra no clipe

Fonte: O autor (2023).

Entre as pessoas entrevistadas ficou evidente a preferência da maioria por videoclipes com a letra visível, uma vez que 65,6% dos entrevistados optaram pela opção “com a letra”, enquanto 34,4% optaram pela opção “sem a letra”.

Você prefere os videoclipes:

32 respostas

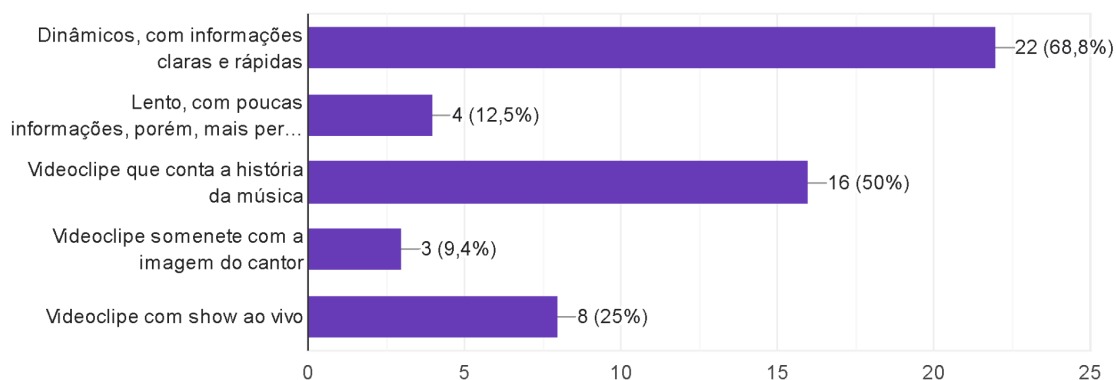


Figura 33 - Gráfico referente à preferência de abordagem estética de um clipe.

Fonte: O autor (2023).

Em relação a esta pergunta, o objetivo é entender quais são as preferências estéticas e conceituais dos entrevistados, com isso, chegou-se aos seguintes resultados:

68,8% dos entrevistados marcaram a primeira opção, que se refere a preferência em videoclipes dinâmicos, com informações claras e rápidas. 12,5% escolheram a segunda opção, que se refere a preferência em videoclipes Lentos, com poucas informações, porém mais perceptíveis. 50% optaram pela terceira opção, que se refere a preferência em videoclipes que contem a história da música. 9,4% selecionaram a quarta opção, que se refere a preferência em videoclipes somente com a imagem do cantor. E 25% optou pela quinta opção, que se refere a preferência em videoclipes com show ao vivo.

Somando todas as respostas de cada uma das opções, o resultado total seria 53, o que excede o número total de respostas, isso se deve ao fato de ser possível (apenas para essa pergunta) a marcação de mais de uma resposta.

Onde você costuma encontrar música novas?

32 respostas

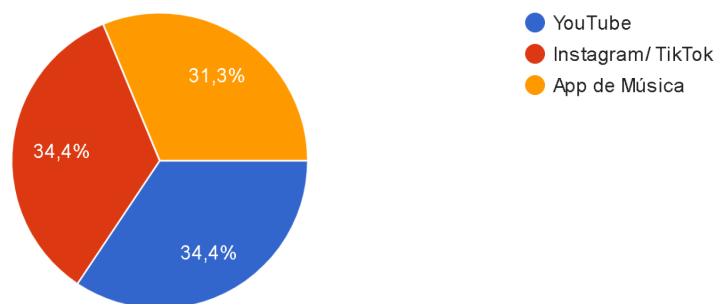


Figura 34 - Gráfico referente à principal forma de encontrar novas músicas.

Fonte: O autor (2023).

Com o intuito de encontrar a melhor forma de divulgação e produção do videoclipe, foi desenvolvida esta pergunta cujo os resultados foram:

Um total de 34,4% dos entrevistados encontram músicas novas através de redes sociais como Instagram/ TikTok, 34,4% encontram pelo YouTube e 31,3% por algum aplicativo de música como Spotify, Deezer, Amazon Music, entre outros.

Você prefere videoclipe:

32 respostas

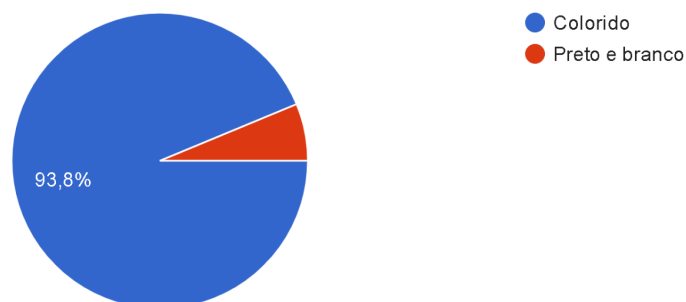


Figura 35 - Gráfico de pizza referente à coloração de videoclipe.

Fonte: O autor (2023).

Conforme os resultados obtidos, fica evidente a preferência dos entrevistados em videoclipe coloridos, pois 93,8% correspondem a esta opção, e apenas 6,2% corresponde aos que preferem videoclipe em preto e branco.

## 4 Análise e síntese

### 4. 1 Análise de similares

Para esta etapa serão analisados os videoclipes das seguintes músicas:

- Kunoichi, do cantor VMZ.
- Jutsu, do cantor MRRAP.
- Anos luz, do cantor MATUÊ.
- Cadê meu gato?, do cantor VMZ.
- FRIENDS, de Marshmello.

#### Friends

Ao longo do videoclipe de FRIENDS de Marshmello, pode ser identificado o estilo de animação escolhido, trata-se de uma animação frame a frame tradicional, utilizando o estilo *Lyric Video* que mantém a letra da música na tela.

Ao decorrer do videoclipe a personagem de Anne Marie canta a música para o personagem de Marshmello, estes estão de lados opostos enquanto a letra da música vai mudando de acordo com a progressão dos versos.



Figura 36 - Prints videoclipe Friends.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=CY8E6N5Nzec>.

Os personagens não possuem preenchimento de pintura, são apenas contornos.

O fundo do videoclipe é bem simples, apenas uma cor fazendo transição para outra.

**Pontos positivos:** Videoclipe muito bem animado, escolha do design dos personagens.

**Pontos negativos:** Take único, em alguns momentos há pouco contraste entre a letra e o fundo.

**Pontos interessantes:** Alteração constante nas cores de fundo.

## Kunoichi

O videoclipe se inicia apresentando o criador da música e seu nome. Fica evidente o uso de diferentes tipografias ao longo deste, além de diversas formas de apresentação da letra, em alguns momentos aparecendo na parte inferior do vídeo e em outros aparecendo no meio ou em outro lugares.



Figura 37 - Prints videoclipe Kunoichi.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=pKQqsoZ--X8>

São realizadas diversas telas com diferentes transições entre cada verso, dando assim, uma dinâmica muito boa ao clipe.

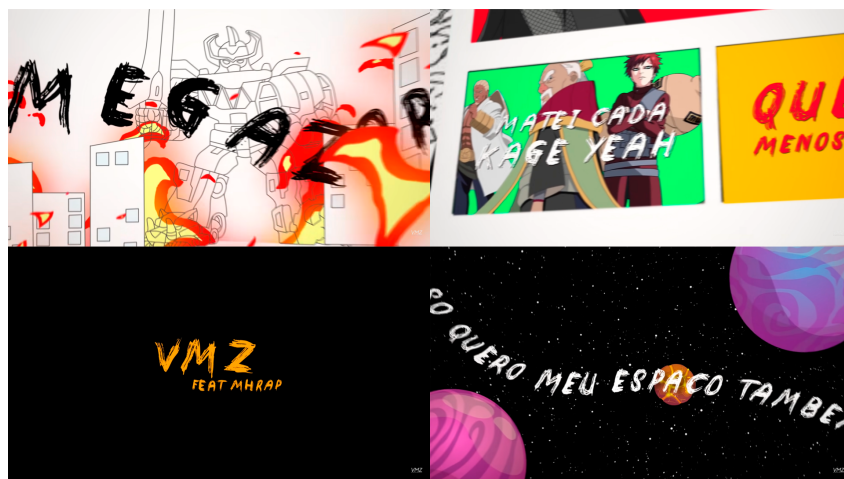


Figura 38 - Prints videoclipe Kunoichi.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=pKQqsoZ--X8>

Em alguns momentos as diversas transições cessam e é utilizado um desenho que faz pequenos movimentos.



Figura 39 - Prints videoclipe Kunoichi.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=pKQqsoZ--X8>

O refrão se repete algumas vezes e a animação do clipe também. O fundo assim como todo o clipe é bem dinâmico, várias alterações de cores e desenhos, as imagens apresentadas em alguns momentos fazem referência ao que está sendo dito na música.

**Pontos positivos:** Videoclipe dinâmico, transições imperceptíveis.

**Pontos negativos:** Em certos momentos a qualidade da animação cai.

**Pontos interessantes:** As cores escolhidas fazem referência a letra em alguns momentos.

## Anos luz

Este clipe é o mais simples entre os analisados, pois é feita uma animação apenas com 3 desenhos que se repetem ao longo da música, não possui a letra, não há alterações de cores.

Os elementos visuais do clipe são um personagem flutuando, um copo derramando um líquido rosa, estrelas, uma coberta e um travesseiro.



Figura 40 - Prints videoclipe Anos Luz.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=m226f2reF28>

**Pontos positivos:** Ilustração que remete a letra da música.

**Pontos negativos:** Animação com poucos frames .

**Pontos interessantes:** Utilização de cores para passar sentimentos.

### **Cadê meu gato?**

Este clipe além de utilizar técnicas de animação, também utiliza vídeos gravados por câmeras e imagens, fazendo uma mescla entre diferentes formas de criação de videoclipes.

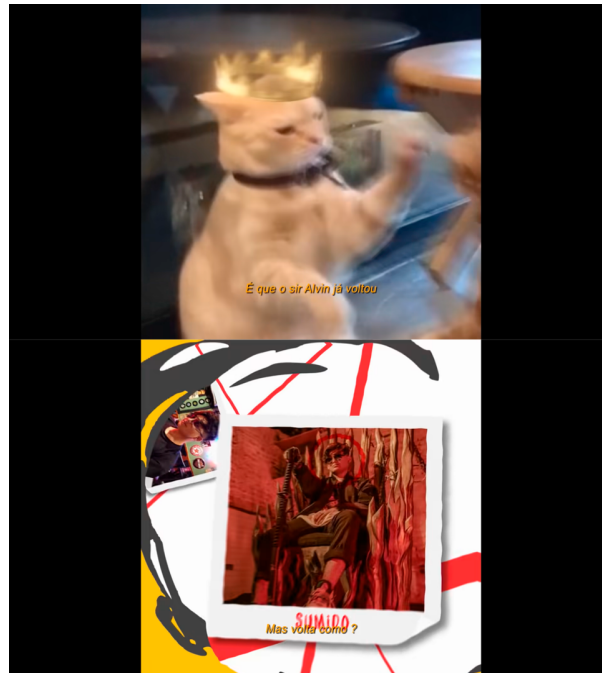


Figura 41 - Prints videoclipe Cadê meu gato?

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=kPOXx2PW4KQ>

Assim como o clipe de Kunoichi este também é bem dinâmico, fazendo uso de diferentes tipografias ao apresentar a letra, além de utilizar diversas transições e cores.

É evidente o uso de motion design para a criação deste clipe, seu diferencial se dá pela mescla entre animações e mídias de vídeo e fotos.

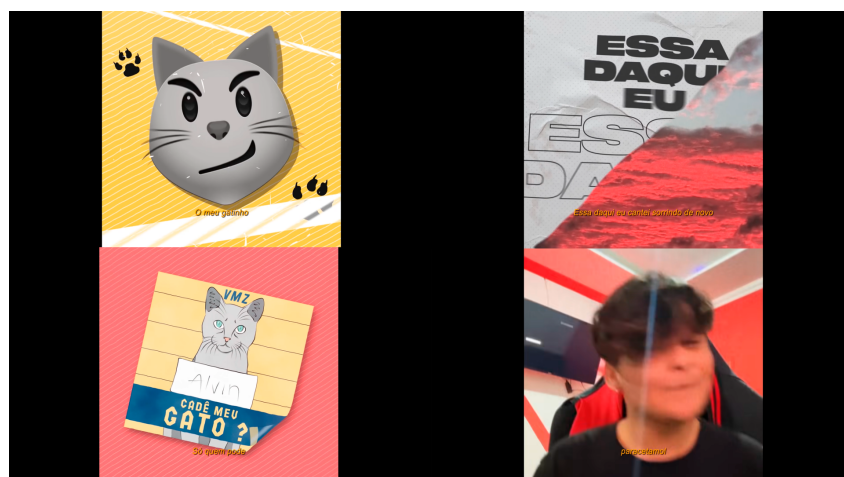


Figura 42 - Prints videoclipe Cadê meu gato?

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=kPOXx2PW4KQ>

**Pontos positivos:** Videoclipe dinâmico, escolha das cores e contraste entre elas.

**Pontos negativos:** A legenda em alguns momentos é pouco perceptível .

**Pontos interessantes:** Utilização de trechos de vídeos reais.

## Jutsu

De longe o videoclipe mais dinâmico entre os analisados, os elementos visuais passam bem rápido, seguindo assim o ritmo da música.

São utilizadas diversas tipografias diferentes na apresentação da letra.

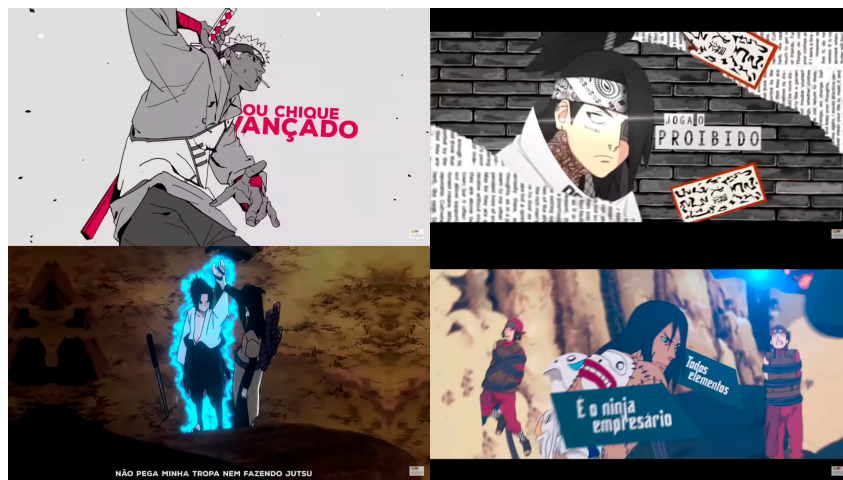


Figura 43 - Prints videoclipe Jutsu

Fonte: [https://www.youtube.com/watch?v=1xVI\\_qxa5l4](https://www.youtube.com/watch?v=1xVI_qxa5l4)

A música em questão é sobre o anime Naruto, em alguns momentos são utilizadas algumas cenas do anime com alterações, fazendo mesclas entre vídeo e animação por motion design.



Figura 44 - Prints videoclipe Jutsu

Fonte: [https://www.youtube.com/watch?v=1xVI\\_qxa5l4](https://www.youtube.com/watch?v=1xVI_qxa5l4)

Os elementos visuais do clipe seguem a história que está sendo contada na música, são utilizadas diversas transições, deixando assim o produto final bem rápido e dinâmico.

**Pontos positivos:** Videoclipe dinâmico, transições criativas e imperceptíveis.

**Pontos negativos:** A legenda em alguns momentos é pouco perceptível .

**Pontos interessantes:** Personalização de cenas de Naruto.

#### 4. 2 Cartões de Insight

Os Cartões de Insight são a técnica de documentar os dados coletados das Pesquisas Exploratória, Desk e em Profundidade. O objetivo é que a equipe do projeto tenha mais facilidade e agilidade para consultar e manusear todas as informações.

Ao todo foram gerados 12 Cartões de Insight:

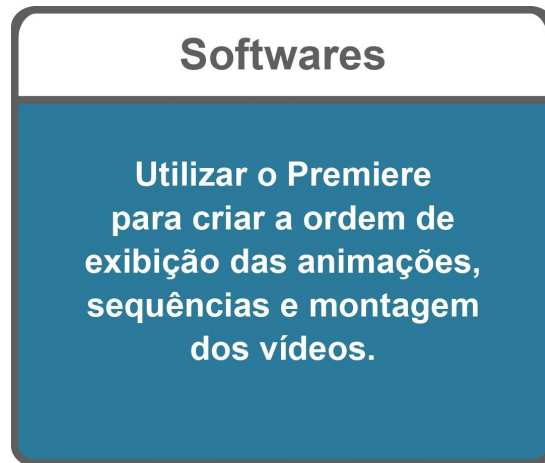


Figura 45 - Cartão de insight.  
Fonte: O autor (2023).

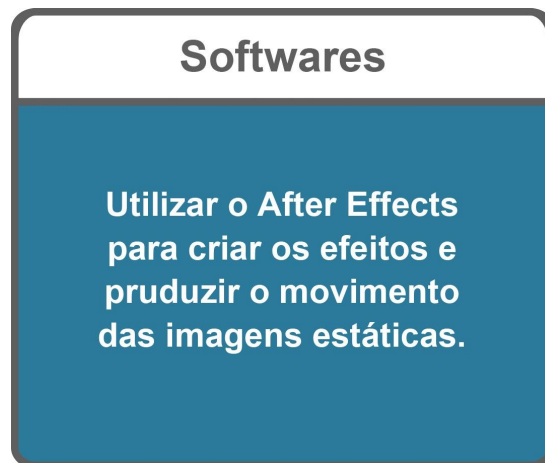


Figura 46 - Cartão de insight.  
Fonte: O autor (2023).



Figura 47 - Cartão de insight.  
Fonte: O autor (2023).

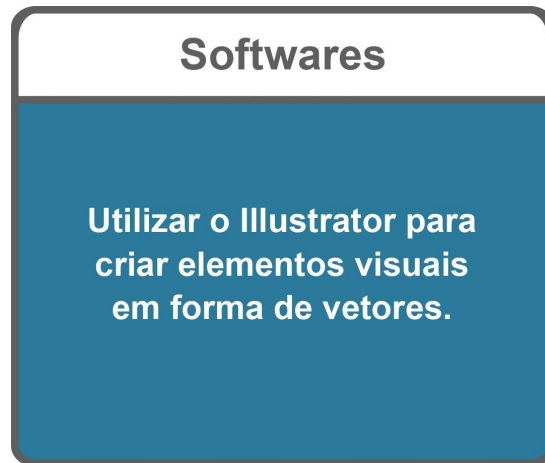


Figura 48 - Cartão de insight.  
Fonte: O autor (2023).

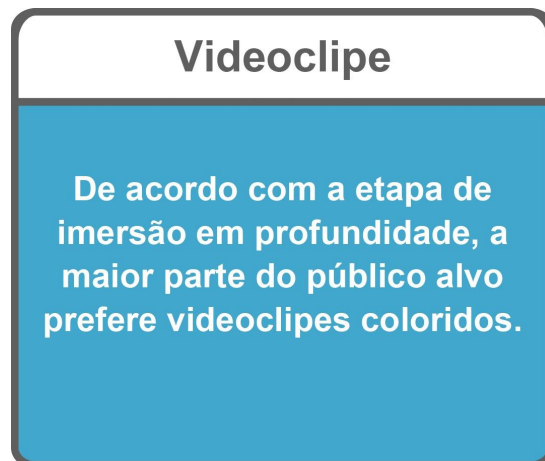


Figura 49 - Cartão de insight.  
Fonte: O autor (2023).

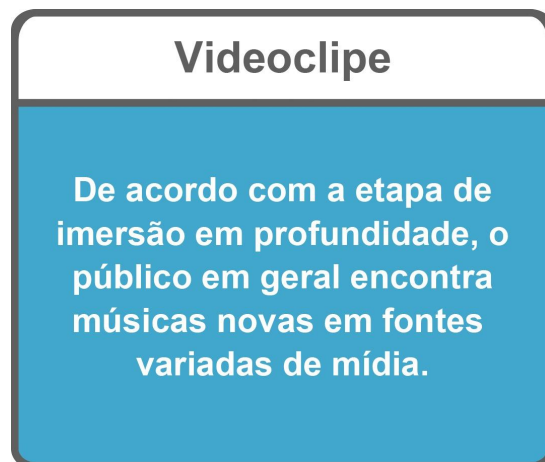


Figura 50 - Cartão de insight.  
Fonte: O autor (2023).

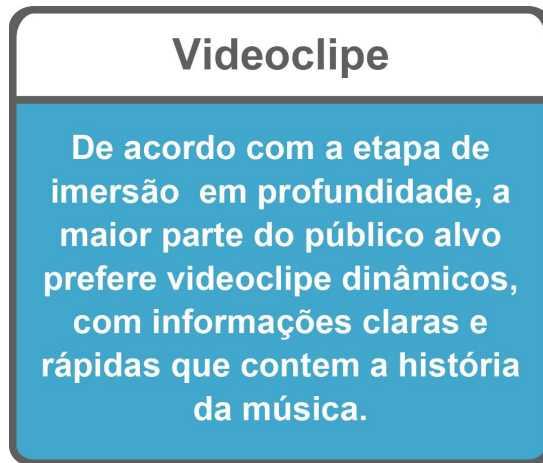


Figura 51 - Cartão de insight.  
Fonte: O autor (2023).

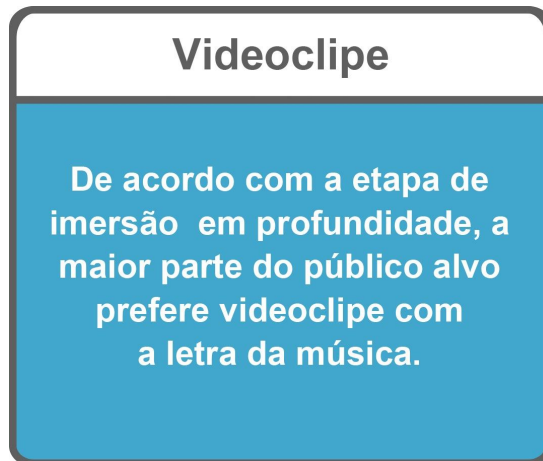


Figura 52 - Cartão de insight.  
Fonte: O autor (2023).



Figura 53 - Cartão de insight.  
Fonte: O autor (2023).

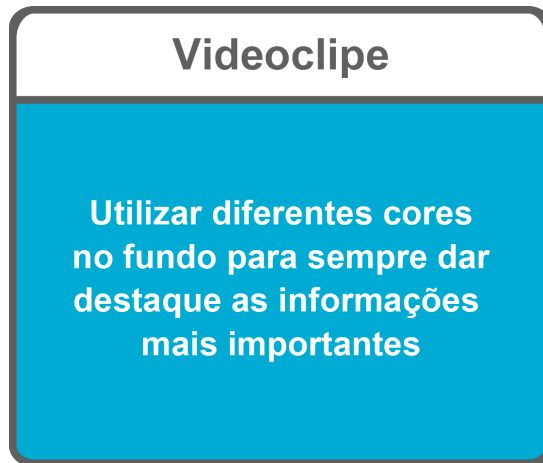


Figura 54 - Cartão de insight.

Fonte: O autor (2023).

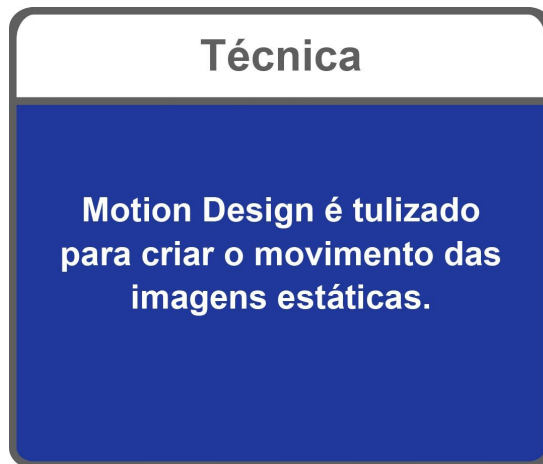


Figura 55 - Cartão de insight.

Fonte: O autor (2023).

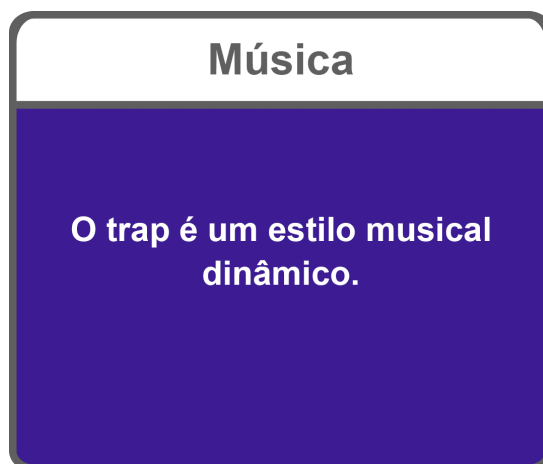


Figura 56 - Cartão de insight.

Fonte: O autor (2023).

### 4. 3 Diagramas de Afinidades

Para a criação dos cartões foram divididos 4 temas distintos, com o intuito de gerar diferenciação entre os cartões, sendo esses:

- Música.
- Softwares.
- Videoclipe.
- Técnica.

Após análise dos cartões, foi realizada a diagramação por afinidade em dois tipos diferentes, termos e/ou requisitos técnicos, que se referem aos cartões cuja função é auxiliar no desenvolvimento do projeto, e design, no qual a função é auxiliar em todo tipo de conhecimento estético adquirido anteriormente.

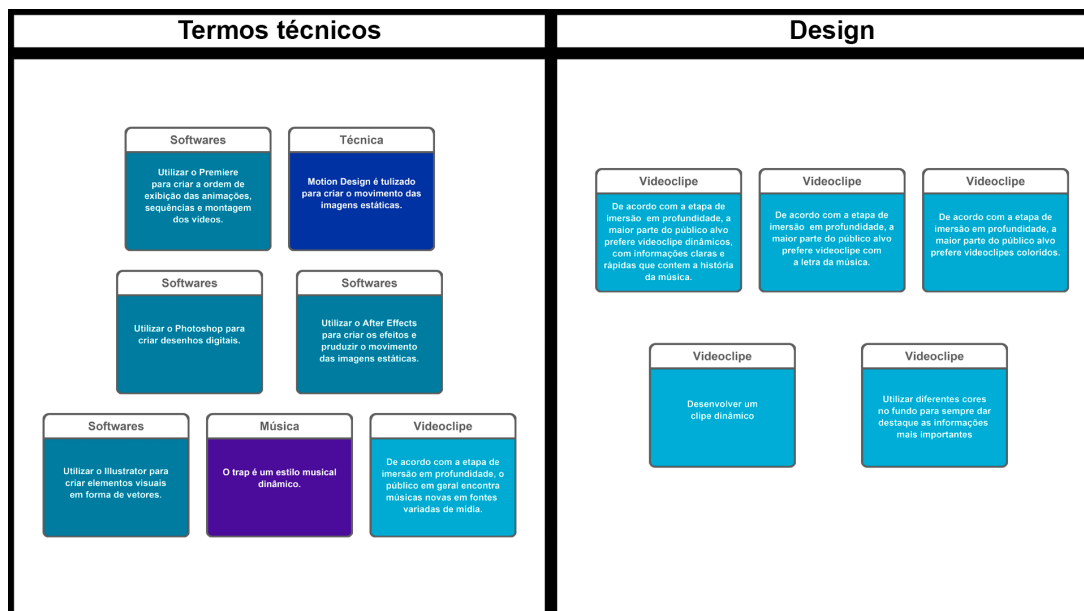


Figura 57 - Cartões de insight.

Fonte: O autor (2023).

## 4. 4 Critérios Norteadores

### 4. 4. 1 Personas

Após a criação dos cartões de insight e diagrama de afinidades, além da pesquisa realizada anteriormente, é possível ter informações o suficiente para gerar um estudo de personas.

Personas são representações fictícias de perfis de clientes ideais, tem um funcionamento parecido com o de público-alvo, porém mais profundo e mais próximo da realidade.



Figura 58 - Foto representativa de persona.

Fonte:

[https://br.freepik.com/fotos-gratis/retrato-de-jovem-negro-bonito-em-branco\\_9629724.htm#query=homem%20jovem&position=16&from\\_view=search&track=ais](https://br.freepik.com/fotos-gratis/retrato-de-jovem-negro-bonito-em-branco_9629724.htm#query=homem%20jovem&position=16&from_view=search&track=ais)

Nome: Marcelo

Gênero: Masculino

Idade: 24

Perfil: Marcelo é um eletricista, trabalha aos dias de semana e costuma escutar rap durante viagens e em casa, gerencia playlists famosas do Spotify sobre trap e faz constantes postagens sobre o tema em suas redes sociais, porém sente falta de criações diferente no meio da música.

O que vê: Clipes de Trap, shows de artistas famosos, vídeos sobre promessas do Trap brasileiro.

O que ouve: Artistas independentes não conseguem crescer sozinhos, não fazem produções de qualidade.

O que pensa e sente: Pensa que os artistas independentes deveriam investir melhor em sua imagem para terem mais oportunidades de crescimento.

O que diz e faz: Diz que sempre dará espaço a novos talentos da Trap, mostra para seus seguidores videoclipes interessante.

Dificuldades: Encontra resistência por parte do público aos novos Mc's.

Conquistas: Consegue mostrar a diversas pessoas o trabalho de qualidade de alguns novos talentos, com videoclipes e músicas boas.



Figura 59 - Foto representativa de persona.

Fonte:

[https://br.freepik.com/fotos-gratis/retrato-de-jovem-negro-bonito-em-branco\\_9629724.htm#query=homem%20jovem&position=16&from\\_view=search&track=ais](https://br.freepik.com/fotos-gratis/retrato-de-jovem-negro-bonito-em-branco_9629724.htm#query=homem%20jovem&position=16&from_view=search&track=ais)

Nome: Jhony

Gênero: Masculino

Idade: 22

Perfil: Jhony trabalha num supermercado repondo mercadoria, trabalha de segunda a sábado e é um entusiasta da cultura do Trap no Brasil, tem um filho e é casado a dois anos, está juntando dinheiro para conquistar sua casa, se inspira em cantores de Trap que mostram que vieram de lugares humildes e conseguiram conquistar tudo o que sonhavam.

O que vê: Lançamentos de músicas novas pelo YouTube, videoclipes de artistas famosos e show ao vivo.

O que ouve: Videoclipes são caros demais para se realizar, só quem pode fazer produções assim são os artistas consolidados.

O que pensa e sente: Sente que os clipes que assiste são “a cereja do bolo”.

O que diz e faz: Faz vídeos para seu Instagram recriando os clipes que assiste.

Dificuldades: Não consegue encontrar com frequência videoclipes bem feitos para reproduzir.

Conquistas: Consegue passar aos seus amigos ideias da cultura do Trap.

#### **4. 4. 2 Requisitos**

- Deverá ser um clipe dinâmico.
- Deverá conter a letra da música na tela (legenda).
- Utilizar a técnica de Motion Graphics.
- O videoclipe deverá utilizar tipografia sem serifa.

#### **4. 4. 3 Restrições**

- O videoclipe deverá durar o tempo da música.
- O videoclipe deverá ser colorido.
- O videoclipe deverá utilizar técnicas de animação.
- A resolução de vídeo não poderá ser menor que 1920 x 1080, full hd.

## **5 Ideação**

### **5.1. Workshop de Cocriação**

Esta etapa consistiu em desenvolver uma reunião com os integrantes da música, com o intuito de agregar ideias a respeito da criação do videoclipe. De um modo geral, foi possível definir alguns parâmetros que permeariam o universo do videoclipe, como o fato de que os integrantes falaram sobre dinheiro, este será um ícone a ser explorado durante o clipe.

Além disso, foi possível extrair a informação de que os artistas utilizam suas músicas para expressar suas lutas, conquistas e sonhos, criando uma conexão com as pessoas que vieram da periferia e tem sonhos e metas parecidas.

Foram dadas algumas sugestões de cenas para serem utilizadas ao decorrer do clipe, como, utilizar um carro para representar a luxúria a ser conquistada, utilizar o símbolo do dinheiro, utilizar referências ao passado, colocando o personagem principal em cenários que remetem a dificuldade e pobreza, intercalando entre os momentos do passado e o momento atual, bem como os objetivos do futuro.

Além disso, sugeriram utilizar em alguns trechos, imagens que fazem referência ao que está sendo dito na música, utilizando fotos e vídeos disponíveis na internet com a devida licença de uso.

A partir dessas ideias foi possível entender o pensamento dos integrantes sobre o universo de suas canções e dar início a etapa seguinte que consistiu na expressão de algumas ideias sobre o roteiro.

### **5.2. Brainstorm**

Esta técnica foi utilizada a fim de gerar algumas ideias para elaboração do roteiro. Essas ideias são denominadas de argumentos e a partir da elaboração de

três argumentos, foi possível que os artistas presentes nas músicas pudessem selecionar uma das três opções. Sendo eles:

### **Argumento 1**

A ideia inicial é de fazer o videoclipe fazendo uma breve viagem do passado, indo para o presente e até o futuro, mostrando desde as dificuldades até as conquistas dos sonhos.

Iniciando com takes de um personagem em uma casa sozinho em um sofá, usando roupas bem simples, até momentos futuros, onde este personagem estará utilizando roupas de marca e cercado de riquezas, mostrando carros de luxo, dinheiro e shows.

Ao decorrer do clipe haverá algumas inserções de imagens, vídeos, e animações, contribuindo para o dinamismo do projeto.

Será utilizado bastante texto, conforme foi visto no estudo de similares, sendo esta uma parte importante tanto para a composição visual quanto para o entendimento da letra, bem como foi previsto na proposta inicial, seguindo o estilo “lyric vídeo”.

Será utilizado no refrão um carro esportivo correndo, fazendo transições entre diversas telas, mostrando dinheiro e utilizando textos como um dos elementos visuais.

### **Argumento 2**

Criar o videoclipe utilizando desenhos dos personagens em diferentes ambientes, mostrando suas conquistas, como, dinheiro, carros e fãs.

Iniciando com takes dos personagens criando suas músicas dentro de um quarto e fazendo uma transição para uma apresentação a um grande público, utilizando texto como uma das composições visuais do refrão, mesclando com imagens animadas dos personagens.

### **Argumento 3**

Utilizar uma animação em loop para a maior parte do videoclipe, alterando apenas nas partes do refrão.

A cena do loop seria os personagens fumando em um estúdio enquanto criam uma música juntos, utilizando cores azuis para representar luzes de led que são comuns em estúdios.

A cena do refrão seria uma mescla entre texto e animação, mostrando em um primeiro momento um dos personagens cantando e em outro momento uma animação no texto.

### **5. 3. Storyboard**

Esta técnica consistiu em desenvolver quadrinhos desenhados de cada cena principal descrita anteriormente, como uma forma de adição ao resultado final, conseguindo prever assim como ficaria cada cena na hora da gravação das tomadas. Portanto, foi possível chegar aos seguintes resultados:

#### **Argumento 1**



Figura 60 - Storyboard 1.

Fonte: O autor.

## Argumento 2



## Argumento 2

LOOPING

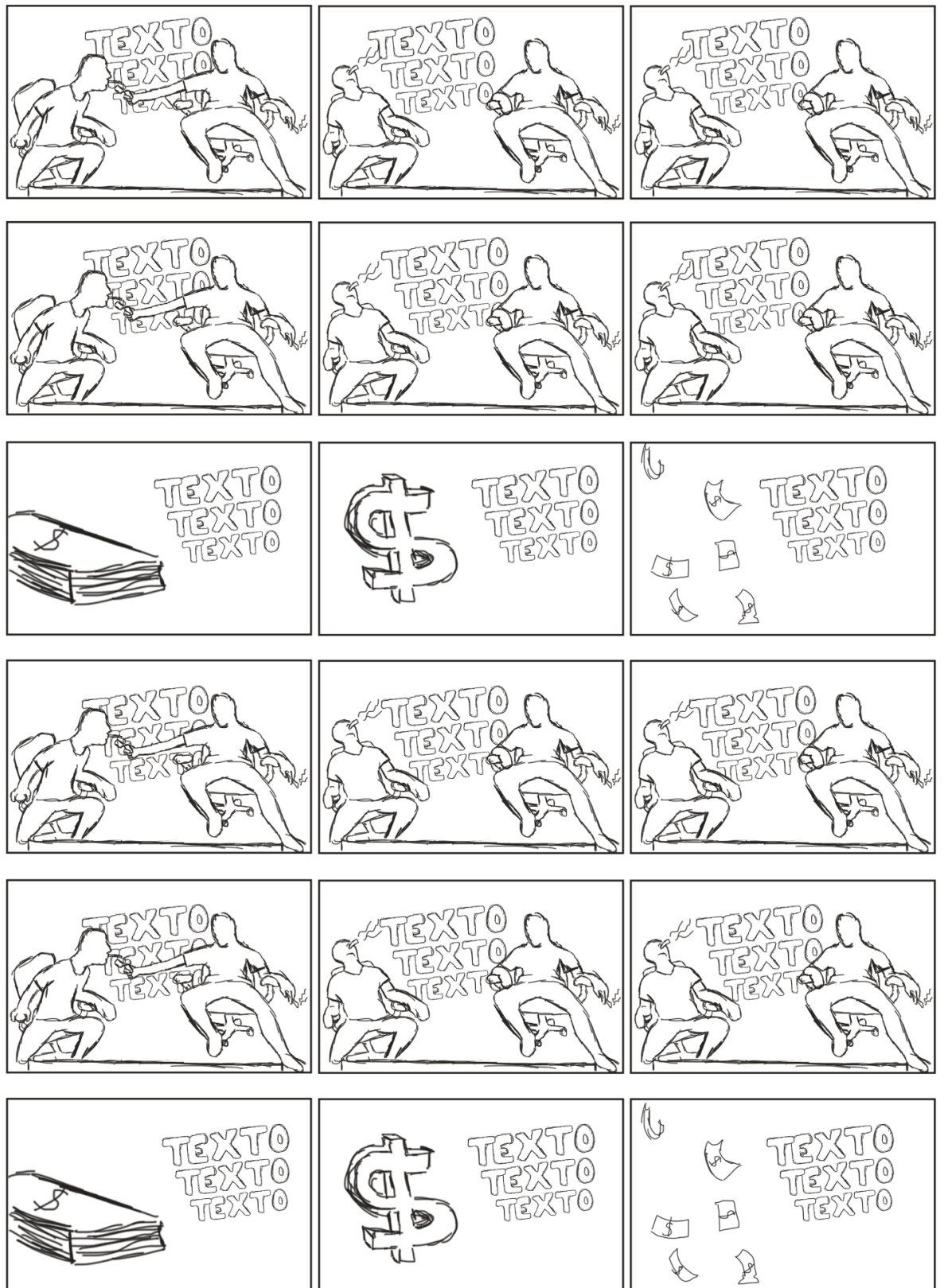


Figura 62 - Storyboard 3.

Fonte: O autor.

## 5.4. Tipografia

Conforme indicado na etapa de pesquisa desk, a tipografia deve ser sem serifa, com isso, algumas opções de fonte foram selecionadas, estas, seguem todos os requisitos determinados.

### Geometric



Figura 63 - fonte geometric.

Fonte: <https://www.dafont.com/pt/>

**Budokan**

**PENULTIMATE**

**THE SPIRIT IS WILLING BUT THE FLESH IS WEAK**

**SCHADENFREUDE**

**3964 ELM STREET AND 1370 RT. 21**

**THE LEFT HAND DOES NOT KNOW WHAT THE RIGHT HAND IS DOING**

Figura 64 - fonte budokan.

Fonte: <https://www.dafont.com/pt/>

**Avenir**

**Avenir**

Avenir Light

Avenir Regular

**Avenir Bold**

*Avenir Light Italic*

*Avenir Italic*

***Avenir Bold Italic***

Figura 65 - fonte avenir.

Fonte: <https://www.dafont.com/pt/>

## **5.5. Matriz decisória**

Esta etapa consiste na escolha das alternativas geradas anteriormente, sendo assim, foram selecionados alguns critérios considerados relevantes para serem considerados e analisados, cada um deles receberá uma nota de 0 a 5, com a soma das notas chegaremos a alternativa escolhida.

### Argumentos

	Estética	Ideia principal	Dinamismo	Total
Argumento 1	5	4	5	14
Argumento 2	5	3	2	10
Argumento 3	5	3	1	9

### Tipografia

	Estética	Legibilidade	Encaixe com as cenas	Total
Geometric	4	5	4	13
Budokan	5	5	5	15
Avenir	5	5	4	14

Após a análise das alternativas geradas, foi possível chegar a resultados satisfatórios considerando a soma das notas, as escolhas foram “argumento 1” e fonte “Budokan”.

## **6. Prototipação**

### **6.1. Roteiro**

Nesta etapa será desenvolvido um roteiro para a elaboração guiada do videoclipe, descrevendo cada cena que e como será feita.

Cena 1 - Personagem em um quarto escuro assistindo o último clipe.

Cena 2 - Personagem criança sentado na frente da tv.

Cena 3 - Personagem adulto sentado na sala.

Cena 4 - Ícone do Einstein e texto ao lado.

Cena 5 - Foto Naruto no balanço, texto ao lado.

Cena 6 - Emoji e texto ao lado.

Cena 7 - Chef se assustando, texto ao lado.

Cena 8 - Carro esportivo.

Cena 9 - Texto.

Cena 10 - Animação plantando e texto ao lado.

Cena 11 - Emoji sorrindo e texto ao lado.

Cena 12 - Olhos piscando e cordão de ouro, texto ao lado.

Cena 13 - Neymar driblando e texto ao lado.

Cena 14 - Emoji com estrela nos olhos.

Cena 15 - Bolt correndo e o texto surgindo de trás.

Cena 16 - Corte matrix, desviando de "buxixo e fofoca".

Cena 17 - (Refrão) Carro de luxo.

Cena 18 - (Refrão) Dinheiro caindo.

Cena 19 - (Refrão) Pessoa espantada.

Cena 20 - (Refrão) Emoji com texto do lado.

Cena 21 - (Refrão) Carro de luxo.

Cena 22 - (Refrão) Dinheiro caindo.

Cena 23 - (Refrão) Pessoa espantada.

Cena 24 - (Refrão) Estátua pensativa com texto do lado.

(refrão 2x)

Cena 25 - Carros correndo e texto ao lado.

Cena 26 - Carro esportivo e emoji, texto em cima.

Cena 27 - Texto.

Cena 28 - Personagens dançando e texto ao lado.

Cena 29 - (Refrão) Carro de luxo.

Cena 30 - (Refrão) Dinheiro caindo.

Cena 31 - (Refrão) Pessoa espantada.

Cena 32 - (Refrão) Emoji com texto do lado.

Cena 33 - (Refrão) Carro de luxo.

Cena 34 - (Refrão) Dinheiro caindo.

Cena 35 - (Refrão) Pessoa espantada.

Cena 36 - (Refrão) Estátua pensativa com texto do lado.

(refrão 2x)

## 6. 2. Protótipo de baixa fidelidade

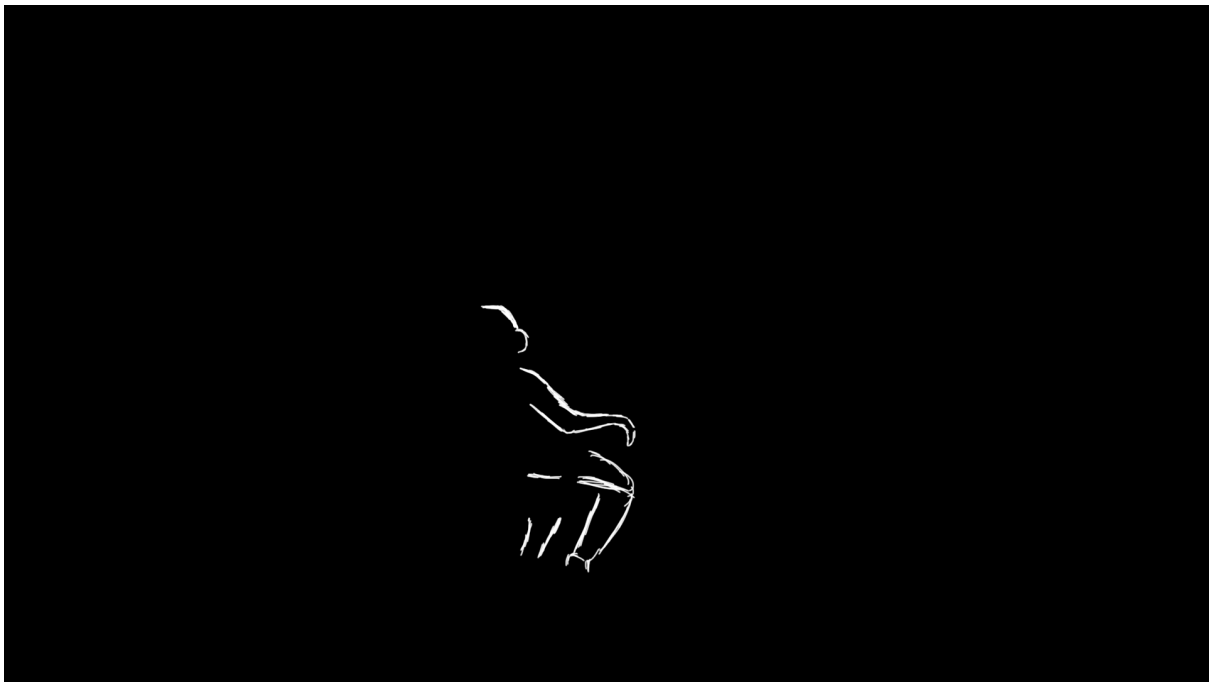


Figura 66 - Esboço 1.

Fonte: O autor.



Figura 67 - Esboço 2.

Fonte: O autor.



Figura 68 - Esboço 3.

Fonte: O autor.



Figura 69 - Esboço 5.

Fonte: O autor.

### **6. 3. Protótipo de alta fidelidade**

A partir do protótipo inicial do videoclipe finalizado, foi possível dar início as produções das gravações. Com a colaboração dos artistas envolvidos foi possível chegar aos seguintes resultados:



Figura 70 - Cenário 1.

Fonte: O autor.



Figura 71 - Cenário 2.

Fonte: O autor.



Figura 72 - Cenário 3.

Fonte: O autor.



Figura 73 - Trecho do clipe.

Fonte: O autor.

**RUNNING  
AFTER  
MONEY**



Figura 74 - Trecho do clipe.

Fonte: O autor.



**VAI NO  
GOOGLE**



Figura 75 - Trecho do clipe.

Fonte: O autor.



Figura 76 - Trecho do clipe.

Fonte: O autor.



Figura 77 - Trecho do clipe.

Fonte: O autor.



Figura 78 - Trecho do clipe.

Fonte: O autor.



Figura 79 - Trecho do clipe.

Fonte: O autor.



Figura 80 - Trecho do clipe.

Fonte: O autor.



Figura 81 - Trecho do clipe.

Fonte: O autor.

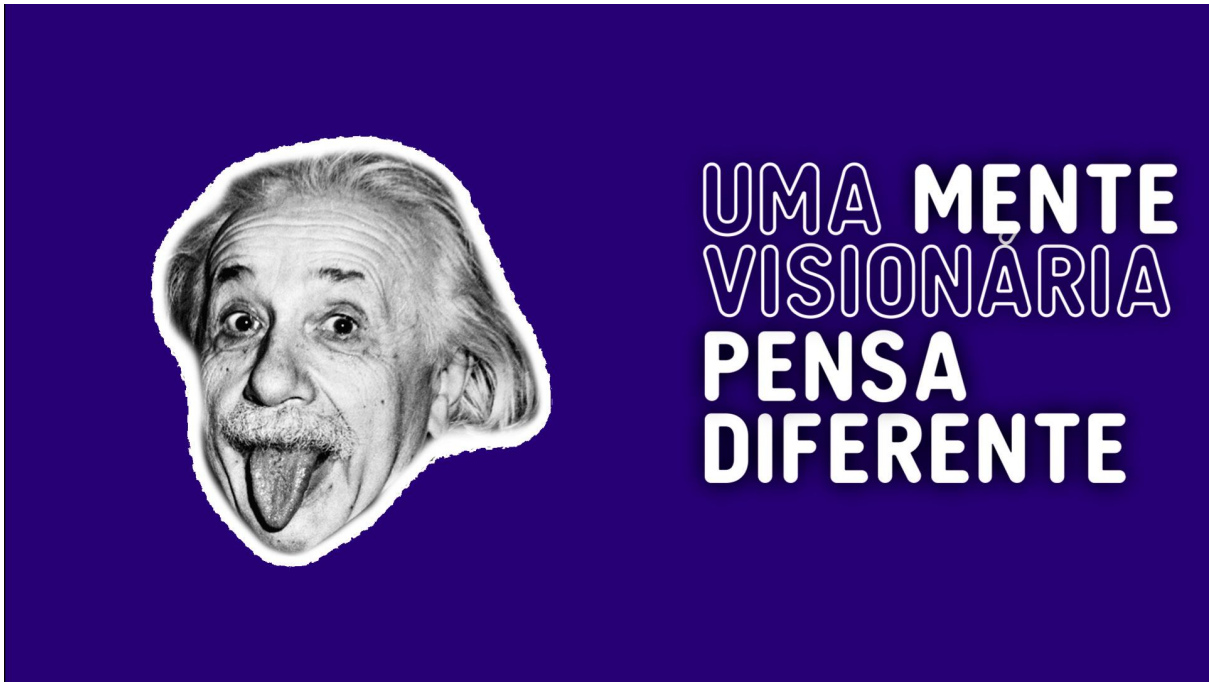


Figura 82 - Trecho do clipe.

Fonte: O autor.



Figura 83 - Trecho do clipe.

Fonte: O autor.



**SÓ NÃO  
SE ESPANTE**

Figura 84 - Trecho do clipe.

Fonte: O autor.



Figura 85 - Trecho do clipe.

Fonte: O autor.



Figura 86 - Trecho do clipe.

Fonte: O autor.



Figura 87 - Trecho do clipe.

Fonte: O autor.

**NÓS É  
MOLEQUE  
DE OURO**



Figura 88 - Trecho do clipe.

Fonte: O autor.

**SEMPRE  
NA CORRERIA**



Figura 89 - Trecho do clipe.

Fonte: O autor.



**CONTAR**

Figura 90 - Trecho do clipe.

Fonte: O autor.

Após o desenvolvimento de todas as cenas, foi possível alcançar os resultados esperados, conforme pode ser visto pelo link para o videoclipe:

[https://drive.google.com/file/d/1oJUAz10PSIAEKzjo9kvcRNUkaxcQvKGG/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1oJUAz10PSIAEKzjo9kvcRNUkaxcQvKGG/view?usp=drive_link)

## **7 Conclusão**

A proposta do projeto foi fazer a produção audiovisual utilizando técnicas de animação como Motion Design aliada à animação tradicional (frame a frame), bem como a utilização de vídeos e fotos, como solução para os problemas enfrentados pelo “MC Menor LC”, a partir disso foram feitas muitas pesquisas, as quais possibilitaram o desenvolvimento do projeto. A partir das pesquisas feitas, foram realizadas a análise e a síntese para obter as informações mais precisas que nortearam a ideação do produto. Com as informações obtidas e com o auxílio das técnicas de animação mencionadas anteriormente foi possível fazer a aplicação do mesmo em texto, ícones, fotos e vídeo, obtendo assim, um videoclipe dinâmico e no estilo “Lyric video”, desta forma concluindo o projeto e atingindo os resultados esperados ao visualizar o produto final.

A utilização de Motion Design além de agregar valor ao produto final, também possibilitou a criação de um videoclipe bem dinâmico e divertido de se assistir.

Com o desenvolvimento deste projeto, foi possível solucionar o problema inicialmente apresentado, sendo criado um videoclipe de baixo custo financeiro, profissional e que consiga destaque dentre outras demais produções apresentadas neste meio.

## Referências.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. YouTube e a revolução digital. **São Paulo: Aleph**, v. 24, 2009.

CORRÊA, Laura Josani Andrade. Breve história do videoclipe. In: **8 Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Centro-Oeste**. Cuiabá: Intercom Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007.

DA FONSECA, Joaquim. Tipografia & Design gráfico: Design e produção de impressos e livros. Bookman Editora, 2009.

**DE LIMA, Sonia Albano. A MÚSICA E OS SENTIMENTOS HUMANOS. Interdisciplinaridade. Revista do Grupo de Estudos e Pesquisa em Interdisciplinaridade, n. 7, p. 99-102, 2015.**

FARIAS, Priscila Lena. Estudos sobre tipografia: letras, memória gráfica e paisagens tipográficas. 2016. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

GONÇALVES, Tatiana Santos. Motion Graphics e o design para audiovisual: perspectiva histórica, dimensão plástica e abordagem visual. **Centro de Estudos em Educação, Tecnologias e Saúde Escola Superior de Educação, Instituto Politécnico de Viseu, Universidade da Beira Interior, Portugal**, 2018.

HOLZBACH, Ariane Diniz. A invenção do videoclipe: a história por trás da consolidação de um gênero audiovisual. Appris Editora e Livraria Eireli-ME, 2016.

[https://www.adobe.com/?sdid=49F59KY6&clickref=1100lwHpsw5J&mv=affiliate&mv2=pz&as\\_camptype=126\\_&as\\_channel=affiliate&as\\_source=partnerize&as\\_campaign=ritu](https://www.adobe.com/?sdid=49F59KY6&clickref=1100lwHpsw5J&mv=affiliate&mv2=pz&as_camptype=126_&as_channel=affiliate&as_source=partnerize&as_campaign=ritu)

<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34954-internet-ja-e-acessivel-em-90-0-dos-domicilios-do-pais-em-2021>

<https://www.convergenciadigital.com.br/Internet/No-Brasil%2C-159-milhoes-usam-redes-sociais-diariamente.-YouTube-e-o-campeao-59919.html?UserActiveTemplate=mobile>

JÚNIOR, Jeder Janotti; SOARES, Thiago. O videoclipe como extensão da canção: apontamentos para análise. *Galáxia*, n. 15, p. 91-108, 2008.

JUNIOR, Vitor Celso Melo De FARIA et al. História Mundial Do Videoclipe E Suas Características De Linguagem: Análise Do Video Afterglow Em Alegoria Às Demais Produções Contemporâneas.

LINS, Bernardo Felipe Estellita. A evolução da Internet: uma perspectiva histórica. *Cadernos Aslegis*, v. 48, p. 11-45, 2013.

SCHUCH, Rosa Marina Gargioni; VIEIRA, Milton Luiz Horn; GONÇALVES, Marília Matos. A criação de um glossário cognitivo a partir de um estudo sobre enquadramento de cenas. **Travessias**, v. 8, n. 3, 2014.

SOARES, Sergio Jose Puccini. Documentário e roteiro de cinema: da pré-produção à pós-produção. **Campinas: IA/Unicamp**, 2007.

VELHO, João Carlos Pacheco Rodrigues et al. Motion graphics: linguagem e tecnologia-anotações para uma metodologia de análise. 2008.

VIANNA, Maurício et al. Design Thinking: inovação em negócios. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.

WELLS, Paul; QUINN, Joanna; MILLS, Les. Desenho de animação. Bookman Editora, 2012.