



Instituto Politécnico  
de Castelo Branco

**Instituto Politécnico de Castelo Branco**

Mateus, João Pedro Antunes

## **The pyramid of rarity : vídeo para o Youtube**

<https://minerva.ipcb.pt/handle/123456789/3708>

### **Metadados**

<b>Data de Publicação</b>	2021
<b>Resumo</b>	Este projeto consiste na criação de um vídeo para o canal de YouTube pré-existente. Por esta mesma razão foram realizados vários estudos e, consequentemente, tomadas várias decisões de forma que o vídeo se insira no contexto do canal de forma harmoniosa e, também, criando um grande valor de entretenimento para a audiência à qual se destina. Este projeto foi criado de forma faseada, começando por um debate de ideias com o cliente relativamente ao tema do vídeo. A partir daí foram efetuadas pesqu...
<b>Editor</b>	IPCB. ESART
<b>Palavras Chave</b>	YouTube, Vídeo, Animação, Ilustração
<b>Tipo</b>	report
<b>Revisão de Pares</b>	Não
<b>Coleções</b>	ESART - Design de Comunicação e Audiovisual

Esta página foi gerada automaticamente em 2024-04-28T09:53:31Z com informação proveniente do Repositório



Instituto Politécnico  
de Castelo Branco  
Escola Superior  
de Artes Aplicadas

# The Pyramid of Rarity

## Vídeo para o YouTube

João Pedro Antunes Mateus

Nº 20170331

### **Orientador:**

Pedro Motta da Silva

Relatório de Projeto apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Licenciado em Design de Comunicação e Audiovisual, realizada sob a orientação científica do Professor Pedro Motta da Silva.

**Setembro de 2021**



## **Agradecimentos**

Em primeiro lugar gostaria de agradecer ao docente Pedro Motta da Silva pela sua disponibilidade e apoio não só a nível teórico, mas também a nível prático na execução deste projeto.

Em segundo lugar queria agradecer a todos os familiares e amigos que me apoiaram no decorrer destes três anos de licenciatura, especialmente a nível moral. Nada disto teria sido possível sem eles, devido ao isolamento que vivemos hoje em dia devido às restrições condicionadas pela Covid-19 e outros problemas pessoais.

Em terceiro lugar gostava de agradecer ao Furry Fandom por despertar o meu lado criativo, o que me levou a estudar na ESART.

Por último, quero agradecer a todos os docentes e membros da ESART pelos ensinamentos adquiridos ao longo da licenciatura.



## **Resumo**

Este projeto consiste na criação de um vídeo para o canal de YouTube pré-existente. Por esta mesma razão foram realizados vários estudos e, conseqüentemente, tomadas várias decisões de forma que o vídeo se insira no contexto do canal de forma harmoniosa e, também, criando um grande valor de entretenimento para a audiência à qual se destina.

Este projeto foi criado de forma faseada, começando por um debate de ideias com o cliente relativamente ao tema do vídeo. A partir daí foram efetuadas pesquisas a nível temático, estético e de execução de vídeo. Por fim, pôs-se em prática o conhecimento adquirido com a pesquisa e, juntamente com a aprendizagem adquirida ao longo da licenciatura, foi executado o produto final. No desenvolvimento deste projeto, foi decorrido à edição de som e vídeo, ilustração e criação de grafismos.

É também importante mencionar que o canal de YouTube tem como base a criação de conteúdo relacionado com o Furry Fandom e isto vai-se refletir a nível estético e temático no vídeo em questão.

### **Palavras-Chave:**

YouTube, Vídeo, Animação, Ilustração



## **Abstract**

This project consists of the creation of a video for a pre-existing YouTube channel. For this same reason, several studies have been carried out and various decisions were made so that the video coincides within the context of the channel in a harmonious way and creating a great value of entertainment for the audience.

This project was created in a phased manner, beginning with a discussion of ideas with the client about the subject of the final video. From this point on, research was carried out about the thematic, aesthetic and video execution. Finally, the knowledge, the research and the apprenticeship acquired over the course of the bachelor's degree, was executed for the final product.

On the development of this project, it was used video editing, illustration and the creation of visual graphisms.

It is also worth mentioning the YouTube channel in question is based on Furry Fandom related content, and this is going to be reflected in an aesthetic and thematic level on the video developed.

### **Keywords:**

YouTube, video, illustration





# Índice Geral

Agradecimentos .....	i
Resumo .....	iii
Abstract .....	v
Índice Geral .....	vii
Índice de Figuras .....	ix
Capítulo I - Introdução .....	1
1.1. Introdução .....	1
1.2. Problemática .....	1
Capítulo II - Objetos de Estudo .....	3
2.1. O Cliente .....	3
2.2. O Furry Fandom .....	3
2.2.1. Conceito .....	3
2.2.2. História .....	3
2.2.3. Atividades .....	5
2.2.4. Outros aspetos a mencionar .....	6
2.3. Necessidade .....	6
2.3.1. YouTube .....	7
2.4. Pesquisa .....	8
2.4.1. Animatics .....	8
2.4.2. Gramática audiovisual .....	11
Capítulo III - Desenvolvimento do Produto Final .....	14
3.1. Realização de sketches para ilustrações finais .....	14
3.2. Realização de ilustrações finais .....	17
3.3. Decisões de Apresentação .....	18
3.4. Aspeto Final do vídeo .....	20
Referências bibliográficas .....	24
Glossário .....	25



## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> - " <i>Omaha</i> " <i>The Cat Dancer</i> .....	4
<b>Figura 2</b> - <i>Elliot</i> .....	8
<b>Figura 3</b> - <i>Bate The Bear</i> .....	9
<b>Figura 4</b> - <i>FurryFoofi</i> : "Roasting Your Fursonas! Ft. Flukehusky" (expressão de surpresa/admiração).....	11
<b>Figura 5</b> - <i>Barley the GAMER</i> : "How to be a Furry".....	12
<b>Figura 6</b> - Sketches iniciais das espécies faladas no áudio.....	14
<b>Figura 7</b> - Ilustração de @tinydeerguy no Twitter.....	15
<b>Figura 8</b> - Poster da série de animação "Dartação e os Três Moscãoteiros".....	15
<b>Figura 9</b> - Sketches iniciais dos animatics de ambas as personagens do vídeo.....	15
<b>Figura 10</b> - Sketches de treino de anatomia e design de personagem.....	16
<b>Figura 11</b> - Boca fechada.....	16
<b>Figura 12</b> - Ilustrações das espécies finais.....	17
<b>Figura 13</b> - Animatics das personagens.....	17
<b>Figura 14</b> - Pirâmide de raridade.....	18
<b>Figura 15</b> - Autorização do uso dos vídeos do canal em outros projetos.....	19
<b>Figura 16</b> - <i>Elliot</i> por cima do primeiro background em movimento.....	20
<b>Figura 17</b> - <i>Bate</i> por cima do segundo background em movimento.....	20
<b>Figura 18</b> - Aspeto da Pirâmide de espécies no vídeo.....	21
<b>Figura 19</b> - <i>Thumbnail</i> do vídeo.....	22



# Capítulo I - Introdução

## 1.1. Introdução

Este projeto surge no âmbito da Disciplina da Unidade Curricular de projeto de Design Gráfico e Design de Multimédia, referente ao segundo semestre do terceiro ano da licenciatura em Design de Comunicação e Audiovisual.

A ideia para este projeto surgiu a partir de uma conversa com o cliente, o qual mostrou algum interesse em publicar um vídeo mais fora do tradicional (no contexto do seu canal).

De modo a melhor transmitir a personalidade online do cliente enquanto *YouTuber* e como um membro integrante do ***Furry Fandom***, as ilustrações terão um estilo mais virado para o *cartoon*.

O tema do vídeo será relacionado com o *Furry Fandom*, vai ser explorado a raridade de variadas espécies de ***fursonas*** do Furry Fandom e várias possibilidades de *fursonas* híbridas, estabelecendo nomenclaturas específicas para as mesmas, que funcionam como trocadilhos (por exemplo: *fox + bear = fear*).

O vídeo conta com a apresentação de duas personagens antropomórficas ilustradas, dando uso ao *voice-off*. Para além disso, a raridade destas *fursonas* vai ser apresentada numa pirâmide de raridade.

## 1.2. Problemática

No desenvolvimento deste projeto foi necessário criar uma linguagem visual de raiz visto que o canal não tem uma. Para isto, é essencial uma pesquisa profunda relativa à rede social *YouTube*, da subcultura *Furry Fandom*, e do canal do YouTube do cliente em questão.

É necessário obter uma melhor compreensão das várias componentes que diferenciam o conteúdo do *YouTube* de outras plataformas e, mais importante ainda, como o conteúdo do *Furry Fandom* se diferencia dos restantes *YouTubers*. Isto tudo para que definir uma linguagem audiovisual que se insira em harmonia neste contexto, mas também, de certa forma, se distinguir dos restantes.

### 1.3. Objetivos

De forma a satisfazer todos os objetivos incidentes a este projeto procura-se solucionar resposta ao problema em questão: a concretização deste projeto, de forma a obter uma resposta positiva do cliente e público-alvo.

Através do debate de ideias de ideias entre mim e o cliente e das sessões de apoio ao projeto foram adquiridas soluções a nível de estética e temáticas essenciais na criação deste conteúdo audiovisual.

Estabelecido o tema do vídeo foi necessário à gravação de vozes para o mesmo.

Após a gravação das vozes, foi necessário elaborar ilustrações de animatics (ilustrações relativas às duas vozes falantes no vídeo) e ilustrações complementares (como a pirâmide de raridades e os animais mencionados na gravação).

De forma a complementar estes grafismos, é essencial a procura de outros elementos que irão dar um valor de entretenimento mais elevado ao vídeo como: música de fundo sem direitos de autor, um vídeo de fundo animado, imagens relativas ao conteúdo do vídeo e vídeos/efeitos sonoros que irão impulsionar o cariz cómico do vídeo.

Tendo o material todo recolhido, passa-se à fase de edição, começando pela edição e melhoramento do áudio do mesmo.

A segunda fase da edição é a edição do próprio vídeo o que passa muito pela animação visto que, a maior parte do vídeo não recorre a gravações pré-existentes.

## Capítulo II - Objetos de Estudo

### 2.1. O Cliente

“BateTheBear” é um *YouTuber*, ou seja, um criador de conteúdos audiovisuais para a plataforma YouTube. Este *YouTuber* de 19 anos e nacionalidade americana produz vídeos desde o dia 16 de agosto de 2020, data de criação do seu canal na plataforma. O tipo de conteúdo criado é de cariz cómico em formato de vlog, variando entre imagens reais e *animatics* da personagem que usa como pseudónimo na internet: “Bate”, representado por um urso azul e amarelo, usando uma flor na cabeça como acessório.

O seu canal conta com um número superior a 500 subscritos, mais de 20 vídeos publicados e um número de visualizações total de aproximadamente 8500.

Outra particularidade essencial a mencionar é que o cliente é um *furry* e cria conteúdo relacionado com o *Furry Fandom*. Essa é a razão pela qual usa um urso como personagem que o representa nos vídeos.

### 2.2. O Furry Fandom

#### 2.2.1. Conceito

Como previamente mencionado, o cliente cria conteúdo destinado a uma subcultura à qual se lhe atribui nome de Furry Fandom.

A palavra “Fandom” (*fan* + sufixo “dom”), remete para um grupo de indivíduos que partilham um interesse em comum. Estes interesses variam de comunidade para comunidade, podendo um indivíduo pertencer a vários. Estes interesses podem ser algo tão geral como desenhos animados japoneses (*anime*) ou algo mais concreto como uma celebridade, por exemplo, os fãs da Taylor Swift são os *Swifties* (*Swifties Fandom*).

O Furry Fandom é uma subcultura composta maioritariamente por adultos do género masculino, sendo 75% dos mesmos com uma idade inferior a 25. Esta comunidade distingue-se pelo seu interesse partilhado por personagens fictícias antropomórficas com aparência animal. (1.1 Age and Ageism, s.d.)

Embora como referido anteriormente seja um grupo facilmente catalogável a verdade é que é reconhecido pelos seus esforços na integração de pessoas de todas as idades, género, orientação sexual, raça e etnia.

#### 2.2.2. História

Acredita-se que o *Furry Fandom* teve génese nos anos 70 devido à popularidade de algumas bandas desenhadas que exploravam a vida de personagens que são animais com características antropomórficas. Maior parte destas bandas desenhadas incluíam



temas adultos e de cariz sexual. Um exemplo de referência deste tipo de banda desenhadas tem o nome de “Omaha” the Cat Dancer.

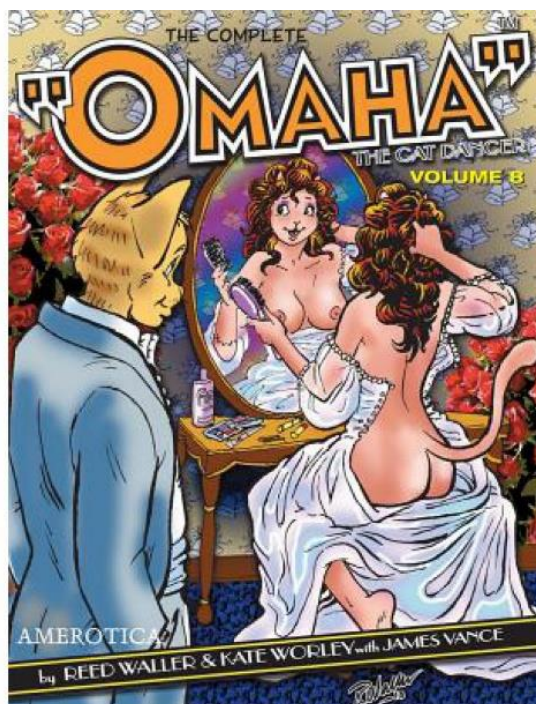


Figura 1 - “Omaha” The Cat Dancer

De acordo com a *wikifur.com*, o termo “Furry” teve origem numa convenção de ficção científica nos anos 80, segundo o historiador de *fandoms* Fred Patten. Este termo passou a designar personagens antropomórficas em bandas desenhadas de ficção científica após a criação do “Albedo Anthropomorphics” de Steve Gallacci. Esta banda desenhada despertou o interesse de muitos fãs de ficção científica e incluía uma personagem de características antropomórficas.

Apesar da origem do fandom ser pouco clara, esta comunidade despertou o interesse de vários indivíduos, o que levou à criação de convenções e encontros destinados a este tipo de atividade. Segundo estes, acredita-se que a génese do fandom teve lugar ainda antes dos anos 80 devido à popularidade de filmes como o Disney’s Robin Hood ou o Watership Down, baseado na obra literária de Richard Adam com o mesmo nome.

Hoje em dia o Furry Fandom é um dos mais populares e reconhecidos fandoms, equiparando-se aos potterheads (fãs da saga “Harry Potter”) ou à comunidade de fãs de anime, por exemplo. Filmes como o Zootopia (2016) <sup>1</sup>levou a um grande influxo de

---

<sup>1</sup> Mais informações sobre o filme de animação Zootopia (2016): <https://www.imdb.com/title/tt2948356/>

indivíduos a integrarem-se nesta comunidade e participarem nas suas atividades. Hoje em dia, devido à existência da internet, é cada vez mais fácil para as pessoas se reunirem e partilharem os seus interesses o que levou a um crescimento exponencial do Furry Fandom.

### 2.2.3. Atividades

Fãs do *Furry Fandom* concordam coletivamente que as atividades essenciais do fandom são a arte (desenho tradicional ou digital), convenções, literatura e música. Estes fãs auto denominam-se de “furries” ou “furry”.

A maior parte dos membros criam uma ou mais personagens pessoais à qual designam de “*fursona*”. Esta personagem é usada maioritariamente com avatar em redes sociais e consiste num animal antropomórfico com um design a seu gosto. Esta personagem é uma mera representação da pessoa por detrás dela ou pode ter uma personalidade completamente diferente, incluindo cores e padrões que não se encontram em animais no seu estado selvagem.

Sendo o Furry Fandom uma comunidade que convive maioritariamente em plataformas online como o Twitter ou o Furaffinity<sup>2</sup>, existe uma necessidade de expressão e partilha destes interesses com outros membros. Uma das atividades mais proeminentes no Fandom é a criação de arte que incluem “*fursonas*”. Muitos artistas ganharam popularidade através das bandas desenhadas criadas ou desenhos que vendem a outros furries que não se dedicam à arte. Alguns artistas dedicam-se também a trabalhos manuais criando peluches ou “*fursuits*”. Um *fursuit* é um fato de mascote feito à semelhança das personagens criadas pelos furries. Estes fatos podem ter preços extremamente elevados dependendo da qualidade, tempo de fabrico, qualidade de material usado e popularidade do artista.

Alguns furries dedicam-se também ao role-play (RP, abreviadamente). Esta atividade consiste na interação entre membros usando personalidades correspondentes à das suas *fursonas*.

A atividade mais reconhecida pela comunidade online que não pertence ao fandom são as convenções furry onde os membros do Furry Fandom se reúnem. Muitos deles vestem os seus *fursuits* e participam em festejos pela cidade e dentro do hotel onde estas convenções acontecem.

Outros membros do fandom dedicam-se à criação de conteúdo audiovisual, usando plataformas tais como o YouTube, como é o caso do meu cliente.

---

<sup>2</sup> Website específico destinado a *furries*: <https://www.furaffinity.net/>

#### 2.2.4. Outros aspetos a mencionar

O fandom inclui muitas pessoas interessadas em aspetos artísticos de arte *furry* de cariz sexual. Alguns inclusive chegam a encomendar “*mursuits*” que são na essência “*fursuits*” com fechos estrategicamente posicionados, destinados a atividades sexuais. Este aspeto sexual do fandom é algo que traz ao fandom alguma reputação negativa. O aspeto sexual da arte e atividades *furry* dá-se o nome de “*yiff*”.

Por vezes, os meios sociais e de entretenimento representam o fandom como sendo uma atividade meramente sexual, tendo sido difamada em diversos programas como no quinto episódio da quarta temporada de *CSI: Crime Scene Investigation/ CSI: Las Vegas (“Fur and Loathing”)*, realizador por Richard J. Lewis e escrito por Jerry Stahl e estreado no dia 30 de outubro de 2003 (Fur and Loathing - WikiFur, the furry encyclopedia, s.d.). Apesar do fandom ter uma reputação negativa os seus membros afirmam que o fandom não é meramente sobre sexo, mas pelo interesse por animais antropomórficos e fácil integração dentro da comunidade.

Hoje em dia o *Furry Fandom* já não é algo tão *tabu* como era há uns anos atrás. Documentários como o “*The Fandom*” da realizadora Ash Coyote (Ash Coyote | Wikitubia | Fandom, s.d.) e outros artigos e vídeos online exploram esta comunidade quebrando estereótipos, mas, sem ignorar aspetos mais negativos.

#### 2.3. Necessidade

Devido ao facto de o canal do cliente ser um canal em crescimento, há necessidade da criação de conteúdo para o mesmo e, também, a divulgação do seu canal às massas. Por isso fiz a proposta ao cliente que lhe criasse um vídeo para o canal dele.

Apesar do cliente ter uma audiência ainda um pouco reduzida, o objetivo aqui é proporcionar o crescimento do canal. Aqui entra a parte da divulgação e da produção de conteúdo.

Muitos *YouTubers* tiveram sucesso suficiente nesta plataforma social que puderam tornar esta atividade, que antes era apenas um *hobbie*, numa carreira profissional e rentável. Hoje em dia é possível monetizar vídeos no YouTube, recorrendo a anúncios, patrocínios e merchandising.

De forma a impulsionar este canal não só é necessário a criação de conteúdo de alto entretenimento, tendo em conta a audiência predominante, mas também a divulgação do mesmo. Esta divulgação iria ser feita no Twitter<sup>3</sup>, não só por ser a plataforma social mais usada por membros do *Furry Fandom*, mas também pela sua eficiência e mecanismos (*likes* e *retweets*).

---

<sup>3</sup> Rede social que permite aos usuários partilhar publicações com um máximo de 280 caracteres (tweets), vídeos e imagens.

A ideia proposta para o vídeo final é o diálogo entre duas personagens que conversam sobre temas relacionados ao Furry Fandom. Estas personagens sob a forma de *animatics*<sup>4</sup> já têm designs pré-definidos, mas, é necessário a criação destas várias reações para as ilustrações.

### 2.3.1. YouTube

Hoje em dia muitos criadores audiovisuais aderem a plataformas como o YouTube ou *Twitch* de forma a criar conteúdo para uma audiência (Kleina, 2017). Estas são atualmente as duas plataformas de *streaming* mais populares. O criador de conteúdo para o YouTube chama-se *YouTuber*.

O YouTube é uma plataforma de *streaming* de conteúdo audiovisual, lançado oficialmente no dia 14 de fevereiro de 2005, quando o domínio do mesmo foi registado por três ex-trabalhadores da empresa PayPal<sup>5</sup>: Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim.

O Twitch é também uma plataforma de streaming destinada ao streaming de conteúdo em tempo real.

Muitas destas pessoas começam por criar conteúdo como um passatempo e outras veem estas como sendo opções viáveis para uma futura carreira profissional. Isto deve-se ao facto das inúmeras possibilidades que disponibilizam aos criadores para monetizar os seus vídeos.

A maneira como os criadores de conteúdo do YouTube monetizam os vídeos é através de anúncios que geralmente aparecem antes ou a meio do vídeo. Alguns destes anúncios podem ser cancelados após alguns segundos e outros mais curtos não. Parte do lucro que o YouTube leva por estes anúncios é devolvido ao criador. Este lucro adquirido através de anúncios varia, sendo ele maior consoante vários fatores como o número de visualizações dos vídeos e o tempo de visualização dos mesmos. Para além disto, vários criadores são contactados por empresas que querem divulgar os seus produtos através de patrocínios. Isto implica que o criador crie anúncios embutidos no próprio vídeo, promovendo determinado produto.

Outras formas lucrativas que os criadores de conteúdo para YouTube aderem são: a criação de merchandising e páginas no *Patreon*. O *Patreon* funciona com subscrições pagas em que os criadores oferecem conteúdo exclusivo ou acesso prévio a vídeos destinados ao seu canal no Youtube.

Agora é também possível aceitar doações no YouTube. Esta plataforma possibilita também o *streaming* ao vivo onde as pessoas podem doar bens monetários a criadores dos quais são fãs.

---

<sup>4</sup> Conjunto de ilustrações usadas em sequência, usados para storyboards animados.

<sup>5</sup> Empresa focada em pagamentos online.

## 2.4. Pesquisa

### 2.4.1. Animatics

De forma a desenvolver *animatics* para incluir no vídeo precisei de referências a nível do design das personagens e de reações para as mesmas. Nas imagens seguintes encontram-se referências relativamente ao design das mesmas.



Figura 2 - Elliot

(fonte: <https://twitter.com/realDumbFolf/status/1433175515393835016/photo/1>)



Figura 3 - *Bate The Bear*

(fonte: <https://twitter.com/BateOtter/status/1391141285311008774>)

A nível e reações para os *animatics* procurei por canais com estilos de vídeo idênticos como: “Flukehusky” e “Barley the Cat”. O ideal é encontrar algo que vá em concordância com o género de vídeo a realizar. À partida serão necessárias reações de personagem a falar ou caladas (boca fechada ou aberta). Outras expressões extra a incluir seriam algo do género: irritação/frustração, riso, medo, sério, etc.

Neste elemento fase de pesquisa procurei também adquirir um melhor conhecimento relativo aos 12 princípios de animação do Walt Disney, de acordo com a Wikipedia, estes são:

- Esticar e comprimir (*Squash and Stretch*): esta técnica pretende dar uma sensação de peso e flexibilidade a determinado objeto.

- Antecipação: usada como indicador de uma ação de determinado objeto.

- Encenação (*Staging*): O destaque que a ação tem quando envolvida num determinado ambiente. Isto é conseguido através de várias técnicas como o enquadramento, luz, sombra, ângulo de câmara, etc. Este princípio é fundamental para o projeto. Foi a partir de este princípio que determinei a posição das personagens no ecrã. As personagens irão aparecer de forma frontal e central ou do lado esquerdo/direito, e forma a ir em concordância com a lei dos três terços (lei que determina os locais de uma imagem que têm mais foco de acordo com a perceção do interlocutor).

- Seguir direito e pose a pose (*Straight Ahead Action and Pose to Pose*): este processo serve como uma dica de animação que consiste, primeiramente, na elaboração de poses e, secundariamente, o desenho das poses correspondentes ao movimento entre essas

mesmas poses. Este princípio não se aplica muito ao trabalho visto que só pretendo dar uso às poses primárias e animação da boca a fechar e abrir.

- **Prosseguimento e Ação de sobreposição (*Follow through and overlapping action*):** Este princípio remete para um conjunto de técnicas essenciais para criar a ilusão que os personagens obedecem às leis da física, inclusivamente a lei da inércia.

- **Começar e terminar devagar (*Slow in and slow out*):** Este princípio remete para o movimento de personagens e objetos numa animação que, tal como na vida real, a velocidade do sujeito em questão começa devagar e termina devagar. Este princípio é fundamental para a animação dos personagens do projeto. Os seus movimentos devem obedecer a estas regras de forma a obter movimentos menos bruscos. Existem formas de criar este tipo de movimento no Adobe Premiere de forma automática.

- **Arcos:** a maioria dos movimentos naturais segue a trajetória de um arco, ou seja, uma trajetória parabólica.

- **Ação secundária:** estas ações secundárias estão associadas à ação principal, dando-lhe mais pormenor e, conseqüentemente, mais vida à cena.

- **Cronometragem (*Timing*):** a velocidade está relacionada com o volume e isto é um aspeto a ser considerado na animação de um personagem ou objeto. Esta cronometragem é também essencial na elaboração de cenas como o impacto de objetos e pode transmitir determinadas características de determinado personagem.

- **Exagero:** o exagero é algo distinto da animação e de outras formas de arte. O exagero de expressões faciais e o irrealismo do volume de certas partes do corpo de uma personagem serve para acentuar o interesse visual da animação e também transmitir determinado sentimento sem recorrer a diálogo.

- **Desenhar sólidos:** a criação de personagens tendo em conta todos os fatores lhes dão volume e peso. Por outras palavras, a criação de personagens num contexto de três dimensões, tendo em conta as sombras, luz, reflexões de luz, etc. Os personagens a ser incluídos no vídeo final terão um aspeto 3D dando-lhe sombras e *highlights*.

- **Apelo:** uma personagem tem que ser apelativa e refletiva da sua personalidade a nível estético. Este apelo parte do design desta mesma personagem e da animação dos seus movimentos.

### 2.4.2. Gramática audiovisual

A composição de imagem neste tipo de vídeos as personagens geralmente aparecem perto do canto inferior direito do ecrã. Estas ilustrações incluem diversas variações do mesmo personagem, cada uma expressando determinado estado de espírito.

Por vezes, a boca dos personagens abre e permanece dessa maneira de uma forma estática quando o personagem fala e o mesmo acontece quando não há diálogo e o personagem permanece com a boca fechada. A boca também apresenta outra variação de forma a refletir outros sons emitidos pela boca como: suspiro, grito, surpresa (figura 4), etc. Estas posições da boca são também acompanhadas pela expressão corporal dos personagens correspondente. Ao contrário da animação 2D tradicional, o movimento das bocas dos personagens não foi animado de forma a simular a posição das mesmas quando se pronuncia uma sílaba, vogal ou consoante.



Figura 4 - FurryFoofi: "Roasting Your Fursonas! Ft. Flukehusky" (expressão de surpresa/admiração)



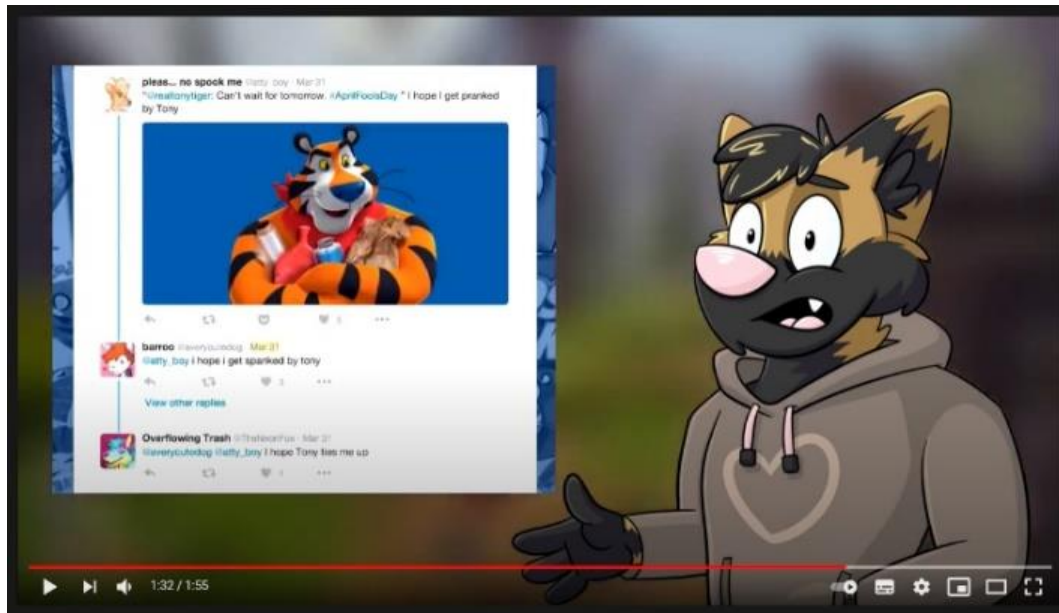


Figura 5 - Barley the GAMER: "How to be a Furry"

No caso do vídeo proposto pelo cliente, existem duas personagens que partilham diálogos um com o outro, por isso, a solução para a inclusão das duas personagens seria posicioná-las relativamente próximas de ambos os cantos inferiores do ecrã ou de forma central.

O conteúdo apresentado por estas duas personagens ocuparia uma posição central, ocupando uma maior proporção do ecrã. Este conteúdo incluiria imagens e outros grafismos. Estes grafismos incluem a pirâmide de raridade de espécies. A pirâmide de raridade de espécies está relacionada com o tema do vídeo: a regularidade de espécies utilizadas para criar *fursonas* dentro do contexto do *Furry Fandom*, sendo a parte inferior da pirâmide espécies mais comuns e o topo espécies mais raras (ou que ainda não foram criadas, por serem híbridos fictícios que também funcionam como trocadilhos). A génese deste conceito para este vídeo partiu de uma espécie de guião onde foram apontadas as várias espécies a serem faladas, os híbridos das mesmas, os níveis de raridade da pirâmide e outras linhas de diálogo de cariz cómico. Este guião serviu como base para a elaboração de um discurso mais fluído no contexto da gravação das vozes.

Uma mais-valia de criação de conteúdo para YouTube é que não existem regras para a criação do mesmo. Os critérios a que um vídeo para que um vídeo de YouTube tenha sucesso parte da criação de um *thumbail* apelativo e de um título que chame a atenção do interlocutor. A partir do clique no vídeo é essencial cativar o interlocutor com uma boa introdução e gramática visual apelativa para que o mesmo permaneça no vídeo até o verdadeiro conteúdo começar.

A maneira mais eficaz de chamar a atenção do interlocutor nos primeiros segundos é com a utilização de som mais alto relativo ao resto do vídeo e edição levada ao

extremo, recorrendo a diversos efeitos como o movimento das personagens, cores vibrantes, música e diálogo convidativo.

O ritmo do próprio vídeo parte não só da edição do diálogo, tornando-o mais fluido e compreensível, recorrendo ao tratamento do mesmo, mas também à edição do próprio vídeo. Este efeito pode ser criado com súbitas ampliações dos personagens quando se menciona algo de mais importância. O deslocamento e variação das opacidades destas ilustrações de forma a criar a ilusão de movimento ou ação também cria um maior valor de entretenimento

Ainda relativamente às ilustrações dos personagens, estas incluem duas versões das mesmas poses, uma com boca fechada e outra com boca aberta, a boca fechada demonstrando quando uma linha de diálogo termina e, a boca aberta, como indicador de fala.

De forma a tornar o vídeo menos monótono, foi incluído dois vídeos em *loop* como *background* do mesmo, dando o uso de cores vibrantes e apelativas.

A acompanhar a animação e o diálogo e as animações foi também incluído música de fundo e efeitos sonoros de certos *memes*<sup>6</sup> que contribuíram para o cariz cómico do vídeo.

Ainda de forma a dar mais vivacidade aos elementos do vídeo foram criados *loops* de movimento de certos grafismos de forma a dar vida própria aos mesmos. Estes movimentos consistem numa ligeira ampliação e processo reverso a essa mesma ampliação, dando um efeito de pulsação a tal componente. Esta técnica pode ser observada na pirâmide de espécies, esta vai contrastar com as imagens inseridas na mesma que se encontraram estáticas.

---

<sup>6</sup> Imagens ou vídeos (geralmente curtos) de cariz cómico e de domínio público que são partilhados online. Utilizadores de plataformas como o Twitter ou Youtube geralmente estão familiarizados com alguns dos memes mais populares.

## Capítulo III - Desenvolvimento do Produto Final

### 3.1. Realização de sketches para ilustrações finais

Todas as ilustrações realizadas para este projeto foram realizadas digitalmente no programa Paint Tool Sai 2 e utilizando uma mesa gráfica de marca Wacom.

Na figura 6 é possível observar os sketches iniciais das ilustrações dos animais que se vão inserir na pirâmide de espécies e noutró momentos do vídeo.

Estes desenhos foram inspirados em antigos filmes de animação da Disney, maioritariamente do período prévio ao seu “renascimento”. Outras grandes inspirações na criação destes desenhos foi no artista “TinyDeerGuy” (figura 7), um popular artista inserido no *Furry Fandom*, desenhos animados antigos da *Warner Bros* (o design do coelho é fortemente inspirado no design da personagem Bugs Bunny dos *Looney Tunes*) e na série “Dartacão e os Três Moscãoteiros” (figura 8).



Figura 6 - Sketches iniciais das espécies faladas no áudio



Figura 7 - Ilustração de @tinydeerguy no Twitter



Figura 8 - Poster da série de animação "Dartação e os Três Moscãoteiros"

Após a criação das imagens dos animais, foi também criado os animatics das duas personagens do vídeo: Bate the Bear e Elliot. Para isso foram elaborados sketches iniciais para ambos os personagens com poses semelhantes (figura 9).



Figura 9 - Sketches iniciais dos animatics de ambas as personagens do vídeo

Os desenhos de treino (figura 10) foram essenciais na forma que me ajudaram a ganhar confiança a desenhar estes personagens mantendo assim coerência de design entre várias poses. Isto permitiu a habilidade de saber desenhar os personagens de memória sem ter que traçar por cima de um *sketch* já feito. Isto facilitou o processo de realização das poses finais.



Figura 10 - Sketches de treino de anatomia e design de personagem

Para da expressão calada e falantes das personagens decidi criar uma boca fechada que iria depois substituir pela boca aberta nos desenhos finais (figura 11).



Figura 11 - Boca fechada

### 3.2. Realização de ilustrações finais



Figura 12 - Ilustrações das espécies finais



Figura 13 - Animatics das personagens

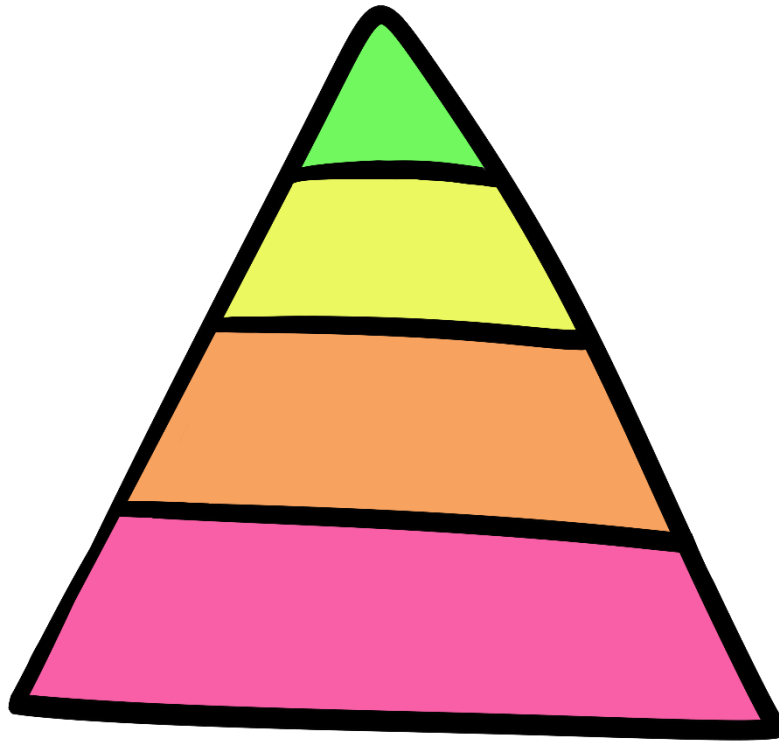


Figura 14 - Pirâmide de raridade

### 3.3. Decisões de Apresentação

A nível de apresentação foram escolhidas duas músicas de fundo sem direitos de autor, ou seja, música disponível para o uso público, evitando assim, advertências de uso de música com direitos de autor por parte dos proprietários destas. Isto permite manter a monetização do vídeo após o upload do mesmo.

O próprio YouTube tem um sistema que deteta se o vídeo inclui som ou imagens com direito de autor mesmo antes de postar e ainda possibilita a sua própria ferramenta de edição que permite substituir a música por outra dentro da livraria de som do YouTube, destinada a criadores. Esta ferramenta permite também desfocar imagens com direitos de autor. Para além disso inclui também uma tecnologia (em fase beta) que substitui música deixando o diálogo que acontece em simultâneo,

A nível visual, foram adicionadas algumas imagens externas e dois vídeos de fundo em movimento de forma a dar um aspeto visual mais apelativo ao vídeo. Ambos os vídeos foram retirados do canal de YouTube “sgprolab”. A figura 15 mostra a autorização de utilização de ambos os vídeos.

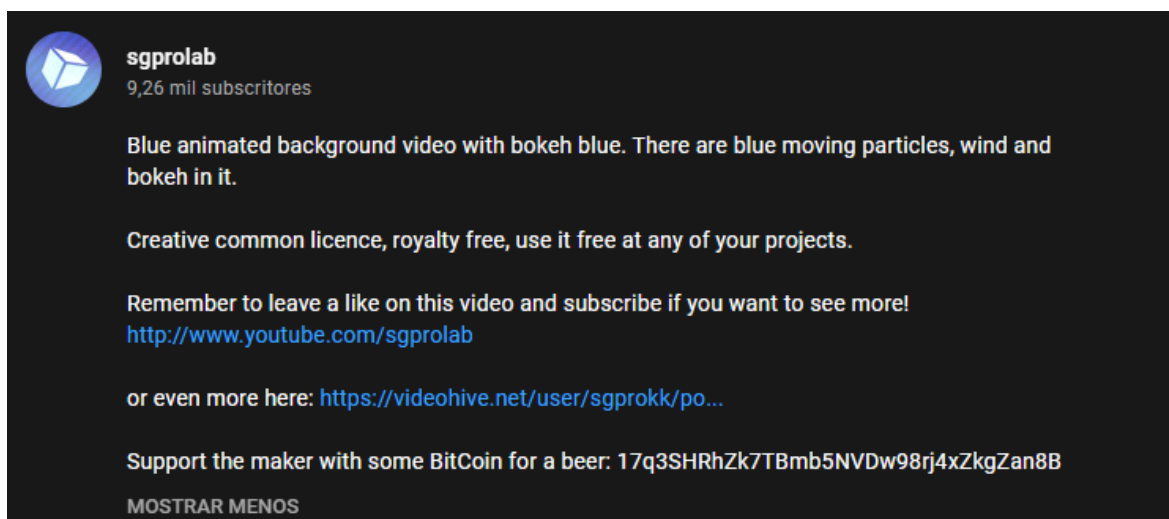


Figura 15 - Autorização do uso dos vídeos do canal em outros projetos

Alguns efeitos sonoros utilizados no vídeo foram retirados de vídeos do YouTube. Todos eles são livres para uso próprio tal como o tema do “Quem Quer Ser Milionário” utilizado a certo ponto do vídeo ou o efeito sonoro de um homem a gritar.

A edição do vídeo final, para além de cortes, ampliações e outros efeitos básicos, foi adicionado um movimento ligeiro e constante nos elementos visuais de forma a criar um aspeto visual menos estático. Foram também utilizadas algumas técnicas cinematográficas como a regra dos três terços, close-up e centralização de imagem de forma a criar um visual mais cinematográfico e profissional.



### 3.4. Aspeto Final do vídeo



Figura 16 - *Elliot* por cima do primeiro background em movimento



Figura 17 - *Bate* por cima do segundo background em movimento



Figura 18 - Aspetto da Pirâmide de espécies no vídeo

Como pode ser observado na figura 18, as imagens dos animais já estão incluídas na pirâmide.

Como pode ser observado nas imagens, o vídeo tem um aspecto bastante saturado e é visualmente cativante.

Tendo o vídeo criado resta criar um thumbnail (ou imagem de pré-visualização) para o vídeo. Esta imagem foi criada dando o uso de vários elementos do vídeo: o background, as personagens e a pirâmide por preencher com o título do vídeo. A personagem Bate ocupa um maior espaço por ser o elemento principal do canal e o convidado Elliot em menor dimensão. As personagens incluem também um *outline* e sombra de forma a sobressaírem-se relativamente ao background e pirâmide de raridade. As dimensões dos *thumbnail* do YouTube têm que obrigatoriamente ter de ocupar menos de 2MB.

A tipografia usada para o thumbnail foi a Super Webcomic Bros com um tom amarelo e um outline a negro. Esta fonte foi escolhida por remeter muito para o tipo de fonte usada em livros de banda desenhada, estabelecendo uma concordância com o tipo de conteúdo ilustrado apresentado no vídeo.



Figura 19 - Thumbnail do vídeo

## Capítulo IV - Desfecho e conclusões

Com este projeto final de curso foi possível colocar em prática vários dos conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura de Design de Comunicação Audiovisual. Para isto foi essencial identificar o cliente e o contexto em que se insere, de forma a conceptualizar um produto final que se corresponde às expectativas do cliente e do seu público-alvo.

Apesar de todas as dificuldades que tive na realização deste projeto, maioritariamente devido à falta de motivação gerada por problemas pessoais, não deixou de ser uma experiência gratificante que, após a realização do mesmo, obteve uma reação positiva do cliente.

Penso que, a parte mais difícil de realização de um trabalho desta escala passa muito pela elaboração da pesquisa e da redação de relatório porque sinto-me confiante na parte prática e sei como proceder perante qualquer desafio que me seja imposto.

A parte mais interessante da realização deste tipo de projeto passa muito pelas decisões tomadas no desenvolvimento do mesmo, decisões estas que, não só dão mais pormenor ao produto final, mas também, personalidade.

Concluído, os três anos de licenciatura em Design de Comunicação e Audiovisual e o projeto final do mesmo, ensinaram-me que um produto de qualidade dentro deste contexto precisa de ser eficiente na sua comunicação e, também, de ser apelativo. Para além disso, é de extrema importância que o produto seja memorável e tenha personalidade. A habilidade de trabalhar com ferramentas do design é útil, mas, o que é realmente fundamental, é a planificação do produto, juntamente com as decisões tomadas durante do desenvolvimento do mesmo. É desta maneira que, de uma forma harmoniosa e simbiótica, a arte se junta ao, criando projetos únicos dentro de todos os outros.

## Referências bibliográficas

1.1 *Age and Ageism*. (s.d.). Obtido de furscience: <https://furscience.com/research-findings/demographics/1-1-age/>

*Ash Coyote* / *Wikitubia* / *Fandom*. (s.d.). Obtido de Wikitubia: [https://youtube.fandom.com/wiki/Ash\\_Coyote](https://youtube.fandom.com/wiki/Ash_Coyote)

*Fur and Loathing - WikiFur, the furry encyclopedia*. (s.d.). Obtido de WikiFur - the furry encyclopedia: <https://en.wikifur.com/wiki/CSI>

Kleina, N. (2017, 11 Julho). *A história do YouTube, a maior plataforma de vídeos do mundo [vídeo]*. Tecmundo. Recuperado de <https://www.tecmundo.com.br/youtube/118500-historia-youtube-maior-plataforma-videos-do-mundo-video.htm>

Proenca, R. (2015, 29 Outubro). *Os 12 Princípios Fundamentais da Animação*. Chocoladesign. Recuperado de <https://medium.com/chocoladesign/os-12-princ%C3%ADpios-fundamentais-da-anima%C3%A7%C3%A3o-ca94b4f04e34>

## Glossário

**Vlog:** blog em formato de vídeo. Produto audiovisual criado pelos vloggers sobre determinado tema ou temas e publicado em plataformas de vídeo, tais como o YouTube.

**Animatics:** séries de ilustrações em sequência que servem como storyboards para animação.

**YouTube:** Plataforma de partilha de vídeo

**YouTuber:** criador de conteúdo audiovisual para o YouTube

**Furry Fandom:** comunidade que partilha um interesse em comum por animais fictícios com características antropomórficas

**Furry:** elemento integrante do Furry Fandom

**Fursonas:** Personagem antropomórfica com aparência animal criada pelos elementos do Furry Fandom

**Streaming:** forma de partilha digital de conteúdo na internet, maioritariamente conteúdo audiovisual