

## Interpretando o roteiro

### Transcrição

Vamos começar a criar nosso spot. O primeiro ponto neste tipo de trabalho é entendermos **o que o cliente quer** passar com o spot e a melhor maneira para fazermos isso é **a partir do roteiro**. Ao roteirizarmos um vídeo, temos uma noção de quais cenas terão maior destaque, ou quais *slides*, como são chamados no arquivo base FOOTAGE .

Será possível também perceber a **relação entre uma cena e outra**. Existem diversos trabalhos nos quais o roteiro antecede a ideia de que a animação precisa evoluir. Isto acontece porque o cliente acaba introduzindo algumas referências, como de movimentos ou informações exibidas. Com isso, o animador consegue trabalhar com o conceito de uma maneira mais interessante.

No caso, conforme foi dito anteriormente, trabalharemos com um vídeo de 15 segundos, um dos formatos mais comuns no mercado. São **spots intermediários**, exibidos no meio do dia e com duração de poucos segundos. A marca rapidamente apresentará um produto ou uma promoção específica. No caso, precisaremos destacar duas coisas:

- Produto que será trabalhado;
- O preço definido.

Isto precisa ser realmente apresentado para a audiência de uma maneira interessante. Além disso, os clientes de negócios de varejo costumam gostar de trabalhar com a **defesa da sua identidade visual**. Se você analisar os spots da "Casas Bahia" ou "Ricardo Eletro", eles assumem identidades visuais para cada campanha desenvolvida.

A campanha que trabalharemos recebeu o nome de "Tudo para sua casa". Teremos diversas versões de spots, mas trabalharemos com uma em específico. Serão diferentes produtos em promoção, dentro de um determinado intervalo de tempo.

Nós precisamos sempre pensar em uma animação, que quando for reaplicada em outro produto, o spot assumirá a mesma identidade e não terá que sofrer variações porque **o produto será diferente**, com um preço diferente. A informação que trabalharemos também será outra.

Nas atividades, disponibilizamos um arquivo com um [modelo de roteiro \(https://s3.amazonaws.com/caelum-online-public/637-After-effects-spot/files/\\_StoryBoard+-+Sua+Casa+Completa+-+15s+-+FILME+01.pdf\)](https://s3.amazonaws.com/caelum-online-public/637-After-effects-spot/files/_StoryBoard+-+Sua+Casa+Completa+-+15s+-+FILME+01.pdf) para download.

Assim você conseguirá ter uma noção melhor do que é um roteiro dentro da produção de vídeo, que seja apropriado principalmente para os profissionais *motion designers*, que dependem de orientações mais específicas.

Nosso roteiro está bastante detalhado - esta não é uma abordagem tão comum -, geralmente, encontramos a descrição da cena e uma pequena orientação sobre "o que vai entrar primeiro ou "depois". O modelo que disponibilizamos vai ser bastante **descritivo**.

Por exemplo, encontraremos no documento, duas referências de links:

- <https://youtu.be/lwitXX0GwBM?t=3m14s> (<https://youtu.be/lwitXX0GwBM?t=3m14s>) [Programa Porta Afora - Compras 2ª temporada]

<https://videohive.net/item/dynamic-shapes-animatedshape-layer-elements/11479914>

(<https://videohive.net/item/dynamic-shapes-animatedshape-layer-elements/11479914>) [Dynamic Shapes - Animated

Shape Layer Elements]

Depois, veremos uma referência Com efeito de caligrafia, entra o lettering TUDO PARA SUA CASA e que especifica, inclusive, os dois riscos abaixo da palavra "tudo". Temos uma boa evidência da **maneira como se espera que seja a animação**, porque esta é a identidade visual da campanha.

Não apenas a campanha que vai para a TV, Internet e dentro da loja, vai assumir as mesmas características. Então precisamos que no momento em que criamos a animação, essa identidade seja respeitada e consiga **unificar todas as peças**.

Outro ponto positivo do roteiro é que ele incluiu também a sinalização sonora, ou seja, sabemos qual trecho da **locução** estará vinculado. O locutor falará sobre o produto, algumas informações específicas para atrair o público e o preço.

Obviamente, nossa animação precisa estar de acordo com o que o locutor está falando. Se não fizermos isso, criaremos uma incoerência visual. O locutor diz: "Tudo para sua casa. Toca campainha." O que aconteceria se neste momento, já mostrássemos o produto? O resultado seria uma **quebra de leitura da identidade visual**, quebra do tempo de leitura para o produto receber uma ênfase interessante.

Temos que entender como a adição de elementos foi pensada. É importante ter a liberdade de falar com quem idealizou a peça (diretor de arte, redator ou roteirista) sobre alterações nos tempos. Talvez estes não casem com a animação que desejamos desenvolver ou foi solicitada pelo cliente - que pode não imaginar como isso será animado.

É possível que o cliente não tenha uma dimensão realista sobre o que dá para fazer em um spot de 15 segundos, e às vezes você vai precisar fazer sugestões sobre a quantidade de elementos.

-"Posso aumentar (ou diminuir) a quantidade de elementos?"

-"O roteiro exagerou na quantidade de elementos e temos pouco tempo. Será que preciso trabalhar de forma contínua? Ou posso trabalhar de forma separada?"

Devemos levar tudo isso em consideração. Depois de vermos os slides (como o cliente denominou) nas duas primeiras páginas do roteiro, teremos a seguinte sequência:

"Do meio para a esquerda, surge o lettering DA COZINHA AO ESCRITÓRIO , seguindo a locução."

No caso, retiraremos o letting da identidade visual, com a frase "Tudo para sua casa". Mas não é especificada a maneira como será feita a retirada, por exemplo, não é dito se devemos movê-lo para esquerda ou para direita.

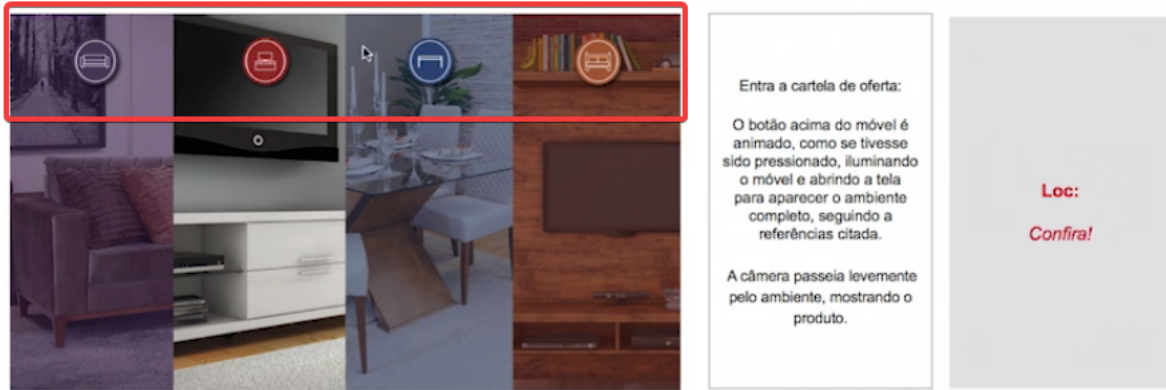
Teremos que tomar essa decisão sobre a entrada e a saída de informação levando em consideração a maneira como a locução adotou. Perceba que o cliente pontuou apenas os pontos-chaves.

Em alguns casos vemos a entrada do "meio para a esquerda" citada algumas vezes, criando uma sequência interessante. Por último, temos o lettering 12x NO CHEQUE . De uma cena para outra, o lettering que foi composto Da cozinha ao escritório e, depois 10x NO CARTÃO deixa de estar presente no slide subsequente. Desta forma, destacamos a forma e facilidade de pagamento.

Precisaremos planejar uma animação onde conseguimos ter tempo de leitura e faça a entrada e saída dos objetos. O roteiro já nos especifica o que devemos incluir na cena e nos teremos que encontrar a forma de adicionarmos os elementos.

O mesmo acontecerá na cena referente ao slide onde já não temos os objetos e na qual entrará a cartela da oferta. Este é o ponto mais importante do vídeo, porque mostramos para o público as facilidades de pagamento, em seguida,

mostraremos o que de fato ele vai mostrar. O layout terá um destaque diferente, nós percebemos que temos algumas imagens com um *overlay* específico. Trabalharemos com um tom diferente para cada ambiente.



Mas das quatro camadas diferentes, uma das fotos perderá a cor, depois, o próximo passo será exibir a imagem completa e informar o preço do "Rack Reef". Nós partimos para a leitura oferecendo a visualização maior do produto, acompanhada da locução.



Após a leitura do rack, nós partiremos para a assinatura, na qual teremos a animação com o logo "Toque a campainha" e o lettering "37 ANOS DE QUALIDADE".

Este é o nosso resultado, precisamos trabalhar isso de uma maneira mais dinâmica. Nós temos um **desafio** que acontece com todas as produtoras que realiza este tipo de produção para varejo: teremos pouco tempo para **trabalhar uma quantidade grande de informações**.

Nós precisaremos entender como a diagramação e a animação vão funcionar em relação aos tempos e se precisaremos fazer alguma alteração na locução para melhorarmos os espaçamentos.

Mostramos como o roteiro neste tipo de projeto é apresentado, caso você tenha alguma dúvida ou quiser fazer um comentário, pode usar o [fórum](https://cursos.alura.com.br/forum/curso-after-effects-spot-comercial/todos/) (<https://cursos.alura.com.br/forum/curso-after-effects-spot-comercial/todos/>) e dar a sua colaboração com a comunidade Alura.

A seguir, começaremos a trabalhar com a **leitura do Footage**, o material que nos foi enviado.