



## **O Mercado Audiovisual Publicitário Regional da Costa Verde & Mar: avaliação dos profissionais da área sobre os programas de edição de vídeo nas cidades de Balneário Camboriú e Itajaí/SC<sup>1</sup>**

Rafael Jose BONA<sup>2</sup>

Guilherme Ledra CASTELLAIN<sup>3</sup>

### **Resumo**

O avanço da tecnologia é um fator que facilita a entrada de profissionais no mercado audiovisual por meio da grande disponibilidade de equipamentos como os *softwares* de edição, sendo eles profissionais, amadores, gratuitos ou pagos; cada um com suas características e ferramentas. Este estudo teve como objetivo analisar a opinião dos profissionais do mercado audiovisual publicitário da região da Costa Verde & Mar, nas cidades de Balneário Camboriú e Itajaí/SC, em relação aos programas de edição de vídeo. Os resultados alcançados demonstram que os *softwares* de edição mais utilizados pelos profissionais na região são o *Adobe Premiere* para edição de vídeo e o *Adobe After Effects* para o tratamento de imagens e correção de cor de VT's publicitários. Além disso, foi identificada a importância da criatividade no processo de edição.

**Palavras-chaves:** Mercado Audiovisual; Edição; Programas de Edição; Montagem.

### **Introdução**

A produção de materiais audiovisuais tem se tornado cada vez mais acessível aos que trabalham ou desejam trabalhar no ramo. Atualmente, o mercado oferece ampla variedade de materiais para o uso profissional. Conta também com opções de câmeras de baixo custo capazes de gravar vídeos em alta definição, o que faz com que produções se tornem mais baratas e tenham um bom nível de qualidade. Outro fator que impulsiona a entrada de profissionais independentes no mercado é a facilidade de aquisição de *softwares* de edição, sendo eles amadores, profissionais, gratuitos, pagos ou até mesmo piratas, adquiridos por intermédio de meios alternativos ao invés da compra de uma licença. A partir de observação empírica, atualmente, a região de Itajaí e Balneário Camboriú, em Santa Catarina (região da Costa Verde & Mar), conta com produtoras de vídeo que

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação e Linguagens (UTP), Mestre em Educação (FURB), Graduado em Publicidade e Propaganda (FURB). Docente e Pesquisador dos cursos do Cecies-CTL da UNIVALI e do Departamento de Comunicação da FURB. E-mail: [bona.professor@gmail.com](mailto:bona.professor@gmail.com)

<sup>3</sup> Graduando em Publicidade e Propaganda (UNIVALI). E-mail: [guilherme.castellain@hotmail.com](mailto:guilherme.castellain@hotmail.com)



desenvolvem grandes projetos, e atuam nos mais variados segmentos como institucionais, promocionais, documentários, séries televisivas e eventos, nos quais as etapas de pós-produção são executadas a partir da utilização de programas de edição não linear. Estas empresas atuam como referência no mercado regional e colaboram no desenvolvimento e na profissionalização dos que estão iniciando a carreira no ramo audiovisual.

Ainda não se tem o conhecimento de qual seria considerado o programa de edição mais adequado ou utilizado pelos profissionais da região, levando em conta características como o custo, desempenho, quantidade e qualidade de ferramentas disponíveis e compatibilidade com câmeras, computadores e outros *softwares*. Profissionais que pretendem atuar na área ou estão no início da sua caminhada profissional apresentam dúvidas em relação a qual programa utilizar, e questionam se o investimento em um bom programa com variadas ferramentas seria essencial para obter um bom resultado no produto final. Ao considerar o problema apresentado, foram definidas as seguintes perguntas de pesquisa: Qual *software* de edição é o mais utilizado pelas produtoras de vídeo da região? Por meio de qual *software* são feitas as correções de cor e tratamento de imagem de VT's publicitários? Qual a importância da criatividade no processo de edição e qual a opinião dos profissionais sobre o mercado de edição local?

A partir destes questionamentos, surgiu o seguinte objetivo deste trabalho: analisar a opinião dos profissionais do mercado audiovisual publicitário da região da Costa Verde & Mar, cidades de Balneário Camboriú e Itajaí/SC, em relação aos programas de edição. Os objetivos específicos foram: (1) definir e analisar os principais programas de edição utilizados pelos profissionais de vídeo e seus principais aspectos na região estudada. (2) identificar o programa mais utilizado para tratamento de imagem e correção de cor em VT's publicitários. (3) compreender a importância da criatividade no processo de pós-produção e a opinião dos profissionais em relação ao mercado de edição regional. Para que se pudessem atingir os objetivos foram realizadas entrevistas com os profissionais da região em questão.

### **Edição/Montagem**

A edição ou montagem faz parte da etapa de pós-produção, parte final no processo de construção de uma obra audiovisual. De acordo com Eisenstein (2002), montagem é a combinação de *frames* lado a lado compostos por uma película de filme ou “negativo” de forma linear, ou seja, em uma ordem cronológica que produz uma inter-relação e resulta



em um efeito expressivo, na qual pode ser composta de várias formas, com a combinação dos planos de acordo com o tempo, com a continuidade dos planos e assim por diante.

De acordo com Dancyger (2003), o filme e o vídeo são formas de arte e comunicação que dependem diretamente da tecnologia, que com o seu avanço trouxe mudanças drásticas nas etapas de produção audiovisual. O desenvolvimento tecnológico proporcionou a digitalização do processo, desde a captação das imagens até a edição, tornou possível a substituição de filmadoras que utilizam película por câmeras digitais, e alterou o método de edição, que deixou de ser realizado em laboratório por meio de recorte e colagem de metros de filme, para ser feito por intermédio de computadores com *softwares* específicos de edição de vídeo instalados. A montagem do filme ganha novos métodos e possibilidades, inclusive a capacidade de ser executada de forma não linear, ou fora de uma ordem de tempo contínuo ou cronológico. Dancyger ainda comenta:

[...] a edição não linear tem sido chamada de edição baseada no acaso, planos, cenas e sons originais como a base necessária, podemos classificar o estilo da narrativa não linear como de qualidade igualmente ocasional. A não segue B, a causa não segue o efeito. O resultado é uma narrativa de forma alterada, suficientemente imprevisível para criar uma espontaneidade ou artifício que altere o significado. (DANCYGER, 2003, p. 413).

Alguns exemplos de programas de edição não lineares mais utilizados são o *Final Cut Pro* e o *Premiere Pro*, que podem ser adquiridos por meio da compra de uma licença virtual, e funcionam a partir de métodos semelhantes, no qual trabalham com o princípio de recorte e colagem da edição manual, porém, de forma eletrônica, oferecem opções de ótima qualidade para finalização, compatíveis com os formatos de alta definição das câmeras digitais. (KELLISON, 2007)

Os *softwares* pagos possuem grande número de ferramentas como métodos de correção de cor, ajustes de luz, e mixagem de áudio, enquanto os gratuitos são mais limitados, porém também podem ser satisfatórios de acordo com as necessidades do editor. Para Dancyger (2003), a criatividade da etapa de edição depende exclusivamente das pessoas que farão parte dele, como o editor e o produtor, não importando o quão avançado seja o *software*, pois ele nunca poderá tomar decisões sobre fatores como continuidade, ênfase dramática ou onde cortar e por que. Cabe a ele apenas oferecer o suporte para que a velocidade do processo seja mais rápida do que o antigo método de montagem linear.

Segundo Kellison (2007), existem alguns passos que devem ser seguidos no processo de edição não linear de um projeto, a começar pela transferência e armazenagem das cenas, na qual todas as fitas serão passadas para o computador em que ocorrerá um



processo de digitalização, que as transforma em arquivos digitais de vídeo, caso a filmagem tenha sido feita com equipamentos analógicos.

Se as cenas forem gravadas em câmera digital basta transferir os arquivos e armazená-los no computador, para depois adicioná-los ao projeto criado no *software*, junto aos sons e elementos gráficos que farão parte da obra. Após isto, o editor deve executar a etapa de primeira montagem, na qual é criada a linha narrativa montando a parte de áudio e decisões básicas de edição, dando forma ao esqueleto do projeto. Com a essência do projeto pronto, o editor deve iniciar a etapa de pré-mixagem de áudio, fazendo o balanço dos níveis de trilha utilizados no projeto, para então partir para o último passo, a edição final. A última parte consiste em aplicar os ajustes finais ao projeto, com a adição de elementos gráficos sofisticados, transições, animações, mixagem final de áudio e ajuste de cores. (KELLISON, 2007).

Em um projeto de vídeo, é comum a utilização de técnicas com o objetivo de passar uma mensagem e deixar o material esteticamente mais agradável, com a criação de elementos gráficos. Algumas técnicas utilizadas são: Animação: as animações podem ser feitas de maneira simples pelo próprio editor em programas como o *Adobe After Effects*, ou podem ser mais complexas, criadas por um designer de animação; Aparência de filme: chamado também de *Filmlook*, é um método utilizado na etapa de edição final, dando ao vídeo uma aparência de filme, por meio de ajustes como nível de cor e saturação; Correção de cor: processo de elevação ou redução de níveis de cor e brilho. (KELLISON, 2007).

### **Procedimentos metodológicos**

Essa pesquisa se classifica como exploratória e descritiva. De acordo com Gil (2002), a pesquisa exploratória é utilizada com o intuito de alcançar maior proximidade com o problema, e utiliza entrevistas com pessoas que possuam alguma relação com o objeto de estudo, além de pesquisa bibliográfica e análise dos dados. Com o objetivo de analisar a opinião dos profissionais de vídeo da região de Balneário Camboriú e Itajaí em relação aos programas de edição disponíveis no mercado, foi aplicado um questionário em algumas das principais produtoras das duas cidades. Os dados da pesquisa foram coletados durante o mês de setembro de 2013, por meio de visitas a essas produtoras e mesmo via e-mail ou telefone.

Para a definição do público que teve participação na pesquisa, ou seja, a amostra, primeiramente foi feito um levantamento de todas as possíveis produtoras existentes na



região, por meio de pesquisa em listas de sites de busca. Na etapa de levantamento não foram levadas em consideração características das empresas como o seu tempo de mercado e área de atuação, na qual foram incluídas ao universo produtoras que trabalham na produção dos diversos segmentos do ramo audiovisual como VT's publicitários, institucionais, vídeos de moda, varejo, entre outros.

A partir do universo é que se definiu a amostra do estudo, no qual foram selecionadas aleatoriamente produtoras que atuam no ramo de vídeos publicitários. Teve participação na pesquisa um total de seis (6) empresas, nas quais três (3) estão localizadas na cidade de Balneário Camboriú, e três (3) em Itajaí, sendo representadas pelos diretores das empresas ou até mesmo pelos editores, já que possuíam maior conhecimento técnico sobre os programas de edição de vídeo, suas ferramentas e especificações, na qual puderam argumentar de forma construtiva para contribuir intensamente para este estudo, devido à experiência na área.

Baseado nos objetivos, o questionário foi composto por nove (9) questões abertas, nos quais o entrevistado teria a possibilidade de conceder uma resposta e ainda argumentar, para que fosse possível adquirir maior diversidade de informações. A pesquisa foi dividida em três (3) blocos, no qual cada um foi vinculado a um objetivo específico do estudo, para que ao final da investigação pudesse, como consequência, atender ao objetivo geral de conhecer e analisar a opinião dos profissionais do mercado audiovisual publicitário da região em relação aos programas de edição, de acordo com a sua experiência no mercado audiovisual.

O primeiro bloco foi focado em questões para analisar os principais programas de edição utilizados pelos profissionais e seus principais aspectos, contando com três (3) perguntas relacionadas aos *softwares* e suas ferramentas. A pergunta inicial do primeiro bloco visou conhecer qual ou quais os programas mais utilizados para edição de vídeo em cada produtora, no qual permitiu a definição de um *software*, considerado o mais utilizado pelos profissionais da região. Após identificar os principais programas de edição, procurou-se analisar as suas características por meio da segunda e terceira questão, que buscaram saber respectivamente quais são as ferramentas mais utilizadas, e qual a vantagem do programa mais utilizado em relação aos demais disponíveis, no qual permitiu análise mais aprofundada em relação ao objetivo específico.

O bloco seguinte teve o objetivo específico de identificar os programas mais utilizados para tratamento de imagem e correção de cor em VT's publicitários, e considerou ferramentas como a utilização de filtros, ajustes de luz, reenquadramento,



colorização e estabilização, e contou com quatro (4) perguntas abertas. A primeira questão do segundo bloco buscou identificar qual ou quais os programas mais utilizados para tratamento de imagem em VT's publicitários, em que as duas próximas questões serviram como complemento para melhor análise em relação ao objetivo. A segunda pergunta do segundo bloco buscou conhecer quais as ferramentas mais utilizadas para o tratamento de imagem em vídeos publicitários, e a terceira visou entender a vantagem deste(s) programa(s) em relação aos demais. A quarta questão deste bloco visou identificar se a captação das imagens de VT's publicitários é feita pela própria produtora, e constatou assim o responsável pela etapa de gravação, sendo a produtora encarregada do processo inteiro de produção ou apenas focada na parte de pós-produção ou edição.

O terceiro e último bloco visou compreender a importância da criatividade no processo de pós-produção audiovisual e identificar a opinião dos profissionais em relação ao mercado de edição local. Permitiu uma análise regional baseada na experiência e conhecimento de quem atua no ramo, e a comparação de um *software* com boas ferramentas com a utilização de boas ideias e sua importância durante o processo de edição. A primeira pergunta do último bloco buscou analisar a importância de um programa avançado e da criatividade, na qual se buscou compreender qual das duas alternativas seria a mais apropriada para se chegar ao resultado desejado. Ou seja, se a tecnologia avançada neste aspecto pode superar a utilização de boas ideias, ou se ser um editor criativo irá garantir melhores resultados do que um programa com boas ferramentas. A última questão da pesquisa visou identificar a opinião dos profissionais sobre o mercado de edição de vídeo local, baseado no seu conhecimento sobre o assunto. Para melhor visualização do leitor, teceu-se um quadro-resumo das perguntas:

#### QUADRO 1: PERGUNTAS FEITAS AOS ENTREVISTADOS

Bloco 1	Bloco 2	Bloco 3
Qual(is) o(s) programas(s) mais utilizados(s) para edição na produtora?	Qual(is) o(s) programa(s) mais utilizado(s) para tratamento de imagem de VT's publicitários?	O que é mais importante? Um programa avançado ou a criatividade?
Qual(is) a(s) ferramenta(s) mais utilizada(s)?	Qual(is) a(s) ferramenta(s) mais utilizada(s)?	Qual a sua opinião sobre o mercado de edição local?
Qual a vantagem deste(s) programa(s) em relação aos demais?	Qual a vantagem deste(s) programa(s) em relação aos demais?	
	A captação de imagens de VT's publicitários é feita pela própria produtora?	

Fonte: os autores



## **Análise da pesquisa aplicada<sup>4</sup>**

A primeira pergunta do primeiro bloco estava relacionada à utilização dos programas de edição feita pelas produtoras, na qual todos os seis participantes afirmaram utilizar o *Adobe Premiere* e quatro (4) utilizam além deste, o *Final Cut Pro*. Das produtoras que fazem uso do *Final Cut Pro*, apenas duas (2) o consideram como programa principal de trabalho, as demais utilizam o *Adobe Premiere* para a edição da maioria dos projetos. Um dos entrevistados afirma uma mudança na escolha do programa de edição na produtora, na qual foi considerada uma melhoria na nova atualização do programa mencionado em relação ao *software* concorrente: “... hoje o mais utilizado é o *Adobe Premiere CS6*. O *Final Cut Pro* era mais utilizado, mas perdeu força.” Ao analisar as repostas desta questão não se percebe uma variedade no uso de programas de edição de vídeo pelas produtoras, não considerando mais de duas alternativas de *softwares*, citados por Kellison (2007) como os dois programas de edição não-linear mais utilizados. A partir desta consideração, observa-se que as empresas estão investindo em programas profissionais e nenhuma utiliza algum *software* básico e gratuito como o *iMovie* ou o *Movie Maker*, tendo como consequência maior profissionalização do mercado de edição audiovisual local.

Em seguida, foi questionado aos profissionais quais são as ferramentas mais utilizadas dentro dos programas citados. As produtoras que utilizam o *Premiere* como principal editor de vídeo afirmaram utilizar principalmente as ferramentas de corte e colagem, seguidas por outras não muito citadas nesta parte da pesquisa como: o *time remapping*, utilizado para executar alterações na velocidade de um vídeo, com opções de velocidade rápida e lenta; o reenquadro, técnica utilizada para alterar o enquadramento de uma cena; *audio sync*, utilizado com o objetivo de sincronizar o vídeo com um áudio; e correção de cor, técnica usada para efetuar ajustes de cor no projeto. Um dos respondentes afirma usar principalmente “... ajustes práticos e de fácil acesso nas alterações de imagens”, o que pode ser entendido como a maior utilização de ferramentas mais simples e de fácil manuseio.

As produtoras que tem o *Final Cut Pro* como principal *software* de edição responderam esta questão com alternativas como edição/montagem por meio da ferramenta de corte, correção de cores e *time remapping*. A partir destas repostas pode-se constatar

---

<sup>4</sup> Nenhum dos profissionais entrevistados foi identificado nesta pesquisa.



que entre as ferramentas mais utilizadas nos programas pelas produtoras de vídeo estão instrumentos simples como a técnica de corte e suas variáveis, e outros mais complexos como *audio sync*, *time remapping* e correção de cor, que justificam a necessidade da utilização de programas de edição profissionais, já que estas ferramentas não se encontram em *softwares* básicos e gratuitos.

A última pergunta do primeiro bloco tinha como finalidade identificar qual a razão das produtoras considerarem determinado programa o mais apropriado para edição, e revelou qual seria a sua vantagem em relação aos demais *softwares* de edição de vídeo existentes no mercado. Nesta questão, os usuários do *Final Cut Pro* responderam com a mesma justificativa, relatando que a sua vantagem em relação aos demais é o fato de o programa obter boas ferramentas de trabalho. Já no caso do *Adobe Premiere* as respostas foram mais variadas na qual cada produtora concedeu uma justificativa única para esta questão.

Uma das produtoras acredita que trabalhar com o *Adobe Premiere* é uma vantagem pela sua praticidade, agilidade, adaptação e seu preço. Outras ainda optam pela utilização deste *software* pela possibilidade de trabalhar com o arquivo bruto direto da câmera, sem a necessidade de converter as imagens e salvá-las no computador, seu *preview* sem a necessidade de renderização, existência de vários *plug-ins* e ainda pela “edição em tempo real com os mais variados codec como o H.264 utilizado em muitas HD/SLR e arquivos em RAW de câmeras como RED e Alexa.” A justificativa que pode ser considerada uma das mais importantes listadas por uma das produtoras é a possibilidade de utilizar outros programas do pacote *Adobe CS6* para interagir junto ao *Adobe Premiere* no momento da edição como, por exemplo, o *Adobe Photoshop* e o *Adobe Illustrator*, que são capazes de gerar arquivos em formatos compatíveis com outros programas do pacote.

A partir da análise de respostas do primeiro bloco da pesquisa pode-se definir como os principais programas de edição utilizados pelos profissionais de vídeo da região de Itajaí e Balneário Camboriú, o *Final Cut Pro*, no qual possui boas ferramentas, em que as mais utilizadas são instrumentos de corte, *time remapping* e correção de cor, e o *Adobe Premiere*, considerado o principal *software* de edição das produtoras locais que se destaca devido a grande quantidade de *plug-ins*, compatibilidade com formatos de arquivos de outros programas - do pacote *Adobe*, possibilidade de utilizar arquivo bruto direto da câmera e capacidade de edição sem a necessidade de converter os formatos de vídeo.



## QUADRO 2: RESUMO DE RESPOSTAS DO BLOCO 1

Programas mais utilizados	Ferramentas mais utilizadas	Principais vantagens
1º) <i>Adobe Premiere</i> 2º) <i>Final Cut</i>	- Ferramentas de corte - <i>Time remmapping</i> - Correção de cor - Reenquadro - <i>Audio Sync</i>	- Boas ferramentas - Quantidade de <i>plug-ins</i> - Praticidade - Preço - Trabalhar com arquivo bruto da câmera sem necessidade de converter formatos

Fonte: os autores

Ao se encerrar o primeiro bloco da pesquisa, iniciaram-se as quatro (4) próximas questões referentes ao bloco seguinte voltado para o segmento audiovisual publicitário. A primeira pergunta buscou identificar quais são os *softwares* utilizados pelas produtoras para tratamento de imagens e correção de cor na produção de VT's publicitários. Nesta questão percebeu-se maior diversidade de *softwares*, em que não há um principal utilizado na maioria dos VT's publicitários tratados, e sim várias ferramentas utilizadas em conjunto, com exceção de uma produtora que utiliza apenas um programa para esta função. O *Adobe After Effects* foi considerado o *software* mais utilizado neste bloco, sendo citado por todas as produtoras participantes. O segundo programa mais utilizado foi o *DaVinci Resolve*, *software* de colorização profissional compatível com as plataformas *Windows e Mac* da *Apple*. Foram citados outros tipos de programas como a *Apple Color* (que atua junto ao *Final Cut*), no qual foi listado como o *software* de colorização com o melhor custo benefício, o *Magic Bullet*, *plug-in* de colorização utilizados em programas de edição como o *Premiere* e o *Final Cut*. Além destes, o *software Apple Motion* foi citado por apenas duas das produtoras entrevistadas e atua em conjunto com o *Final Cut* e o *Apple Color*. Uma das produtoras ainda utiliza o próprio *Adobe Premiere* como ferramenta de tratamento de imagem. Na análise desta questão percebe-se novamente a preocupação das produtoras em investir em programas completos e de qualidade, o que pode trazer como consequência a melhoria no resultado do produto final.

A segunda pergunta do segundo bloco visou identificar quais as ferramentas dos programas de tratamento de imagem são mais utilizadas na etapa de pós-produção de VT's publicitários. A maioria das ferramentas citadas pelas produtoras está relacionada à correção de cor como o uso do *Magic Bullet*, em que utiliza-se de instrumentos para executar ajustes de luz e de tons cor, a ferramenta *Levels* disponível na maioria dos programas de edição e tratamento de imagem profissionais e o *3 way color corrector* que tem a mesma finalidade das ferramentas citadas. Um dos entrevistados ressaltou três



ferramentas específicas de tratamento como o *balanço de cor*, utilizado para ajustes de tons de cor, *máscaras* que visam a execução de um ajuste mais refinado em áreas específicas da cena e a ferramenta *looks*, na qual o editor pode optar por estilos de iluminação, contraste e colorização que vem com os ajustes pré-definidos no programa. Além destas, foi citada uma ferramenta de estabilização de cenas utilizada dentro do próprio editor de vídeos *Adobe Premiere*. Uma das produtoras cita ainda uma técnica além dos instrumentos voltados apenas para ajustes de luz e colorização, o *Motion Graphics*, que é a utilização de elementos visuais gráficos e textos que se movimentam na tela por meio de transições e animações, técnica também utilizada na produção de VT's publicitários, que pode ser feita por meio dos programas citados no segundo bloco da pesquisa.

Sobre as vantagens dos programas utilizados para o tratamento de imagem e correção de cor de VT's publicitários, percebeu-se uma diferença de opiniões entre as produtoras. Isso foi constatado por um profissional que disse que os programas *Adobe After Effects*, *Apple Motion* e *DaVinci* são mais utilizados por obterem boas ferramentas, e por outros que o *After Effects* e o *Magic Bullet* são os mais completos, ou que apenas o *After Effects* já é a ferramenta adequada, pois atinge o resultado esperado. Outra produtora ressalta a vantagem do programa *Apple Color* de ser um programa de edição de cor completo por um preço muito mais acessível. O mesmo princípio é ressaltado por outras duas produtoras em relação ao *Adobe Premiere* e o *Adobe After Effects*, afirmando a sua integração entre um programa e outro, assim como no caso também entre o *Premiere* e o *plug-in Magic Bullet*: “... são ferramentas práticas e que estão integradas num mesmo workflow e seu potencial pode ser explorado em máquinas mais robustas ou mesmo em um computador inferior (como um notebook)”.

Sobre a captação das imagens dos VT's publicitários feitas pela própria produtora, todos os entrevistados responderam que a empresa é responsável pela captação das cenas, no qual um entrevistado complementa dizendo que a sua produtora não possui equipamentos de filmagem: “... não temos equipamento de câmera aqui, apenas ilhas de edição, locamos sempre o que precisamos e utilizamos um equipamento específico para cada trabalho.” Outra produtora ainda comenta que são feitas contratações de profissionais como assistentes de câmeras para determinados eventos, nos quais sempre há um diretor criativo da própria empresa que supervisiona todos os trabalhos de captação.

Com base no objetivo específico do segundo bloco pode-se considerar o *Adobe After Effects* o programa mais utilizado para tratamento de imagens e correção de cor de VT's publicitários. Isso deve-se às suas ferramentas que fazem com que os editores atinjam



o seu resultado esperado, considerando também a sua integração com o *Adobe Premiere*, programa de edição mais utilizado pelos entrevistados, que resulta em uma edição mais prática e rápida sem a necessidade constante de converter arquivos para que se tornem compatíveis entre os programas utilizados. Assim como, no caso do *Apple Color*, que atua juntamente com o *Final Cut Pro*. Outras ferramentas que se destacam são o *DaVinci*, citado por três produtoras, e o *Magic Bullet*, ferramenta de correção de cor completa que funciona como *plug-in* embutido nos programas de edição como o *Adobe Premiere* e o *Final Cut*.

### QUADRO 3: RESUMO DE RESPOSTAS DO BLOCO 2

Programas mais utilizados	Ferramentas mais utilizadas	Principais vantagens	Captação feita pela produtora
1º) <i>Adobe After Effects</i> 2º) <i>DaVinci Resolve</i> 3º) <i>Color/Motion/ Magic Bullet</i>	- Ferramentas de correção de cor ( <i>levels, 3 way color corrector</i> , balanço de cor, máscaras, <i>looks</i> ) - <i>Motion Graphics</i>	- Boas ferramentas - Completo - Atinge o resultado esperado - Praticidade - Compatibilidade com outros programas	- Sim, para todas as produtoras.

Fonte: os autores

Após estas questões analisadas, iniciou-se o terceiro e último bloco da pesquisa, composto por duas perguntas, que teve o objetivo de compreender a importância da criatividade de um editor no processo de pós-produção, e buscou ainda entender a opinião dos profissionais entrevistados em relação ao mercado de edição da região de Balneário Camboriú e Itajaí. A primeira questão era sobre o que seria mais importante na etapa de pós-produção de um projeto audiovisual: a utilização de um programa de edição de vídeo profissional e avançado, ou a criatividade de um editor, na qual todas as produtoras compartilharam da mesma resposta, afirmando que criatividade seria um fator mais significativo neste aspecto. Alguns entrevistados declararam que a criatividade deve ser levada em consideração para a execução de projetos diferenciados em virtude até mesmo de um baixo investimento na produção, no qual o produto final será o resultado das ideias, por mais básico que seja o programa utilizado na etapa de edição. Um dos entrevistados afirma que a criatividade é mais importante, ressaltando também a relevância do uso de bons programas de edição gerando uma combinação entre os dois fatores: “*Criatividade, absolutamente. Mas sem a ferramenta correta você não chega ao resultado, portanto o software é importante e é preciso ser criativo para saber explorar as ferramentas, pois elas oferecem muitas possibilidades. Porém, para se tornar produtiva, você precisa*



*adequá-la à sua necessidade. Ou seja, nunca se tornar escravo da ferramenta e sim libertá-la para um ápice criativo no qual o trabalho passa a ser agradável e o resultado incrível.”* Outro profissional entrevistado ainda afirma que “... o programa pode facilitar, e muito, a vida de um profissional, porém numa era na qual a tecnologia muda constantemente a preparação do profissional é muito mais importante, pois é ele quem faz o produto final, mesmo que a ferramenta (software) seja de última geração. Precisamos de cabeças pensantes.”.

Ao analisar esta questão, baseada na opinião dos profissionais entrevistados, pode-se concluir que a criatividade tem maior relevância em relação aos *softwares* de edição de vídeo, no qual as decisões do que criar e executar no projeto dependem diretamente das ideias do editor, fato que se reforça com a opinião de Dancyger (2003) que afirma que a criatividade do processo de edição depende apenas das pessoas que farão parte dele, não havendo tanta relevância no uso de um *software* avançado, pois seu único papel é oferecer suporte para que o processo tenha uma velocidade maior do que os antigos métodos de montagem.

Apesar da maior importância da criatividade, pode-se afirmar que os dois fatores envolvidos nesta questão podem se complementar, em que uma ferramenta avançada explorada com criatividade pode oferecer um número muito maior de possibilidades ao projeto audiovisual, tornando o processo mais produtivo e agradável e, conseqüentemente, criando melhor resultado final. Após esta análise chegou-se a última pergunta do questionário.

Ao considerar a opinião sobre o mercado local pode-se observar uma diversidade de argumentos entre os profissionais, ao contrário da questão anterior em que todas as opiniões foram praticamente as mesmas. Um dos profissionais comenta conhecer um número grande de VT's de qualidade, produzidos por produtoras locais em que admira e considera como boas referências na região. Outro entrevistado ainda menciona que há grande concorrência da região no mercado de fotografia e vídeo, devido a disponibilidade e facilidade de acesso a cursos e tutoriais na internet que ensinam a utilizar as ferramentas de edição de vídeo, tanto amadoras, quanto profissionais. Outra produtora complementou afirmando que apesar da fácil aquisição de computadores e *softwares* e do crescimento do ramo de edição local, a qualidade é notada em pouca parte dos projetos desenvolvidos pelas produtoras da região.

Uma das empresas ainda considera o mercado local de edição como “restrito”, em que percebe-se uma possível limitação por parte dos projetos locais, sem muita



diferenciação ou inovação. Outro profissional comenta que o mercado local ainda precisa se desenvolver em alguns aspectos: “... *eu vejo que ainda falta muita pós-produção no mercado local. Com a questão da “popularização” dos equipamentos há uma ideia errada de que somente com isto teremos vídeos de qualidade. Vejo que ainda falta a consciência de continuidade na edição, adequação ao briefing e, principalmente, acho que faltam duas grandes situações que não são bem exploradas: a primeira seria a colorização dos vídeos em que eu acredito que ainda falta muita qualidade nesse sentido, e a principal de todas seria o trabalho de Motion Graphics, em que ainda não vi um bom resultado em nossa região e acredito ser o grande caminho hoje para a evolução dos trabalhos do nosso mercado.*”.

Outra produtora entrevistada parece ter uma visão mais otimista do mercado regional e afirma que “... *em Balneário e Itajaí existe uma concentração muito grande de excelentes profissionais, na sua maioria filmmakers, que fazem tudo do início ao fim e não é uma escola convencional, as pessoas tem se ajudado a aprender e cada um aplica o seu estilo. É um mercado bastante particular, existem poucas produtoras e poucos trabalhos de publicidade, além dos filmes de prefeitura... são pouco trabalhos que permitem ter uma estrutura mais completa. Muita gente está trabalhando com esporte, documentários e alguns projetos de cinema.*”.

Ao analisar as respostas desta questão pode-se obter duas perspectivas em relação ao mercado de edição local, em que a maioria das produtoras o considera como restrito e de pouca qualidade devido a fácil aquisição de computadores, câmeras e programas de edição, tendo também os tutoriais de internet que facilitam a adaptação e o manuseio das ferramentas de edição de vídeo. Com a existência destes fatores é possível observar uma consequência relacionada à outros aspectos ligados ao processo de edição, em que a preocupação com a utilização técnica dos equipamentos tem se tornado mais relevante e mais acessível do que o conhecimento aprofundado e a direção criativa de projetos locais adequada ao *briefing*. A outra parte das produtoras nas quais a opinião se divide afirma a existência de bons profissionais na região, em que cada um tem seu estilo trazendo diversidade ao mercado local e se tornando boas referências na área.



#### QUADRO 4: RESUMO DE RESPOSTAS DO BLOCO 3

Criatividade ou programa de edição avançado?	Opinião sobre mercado local
- Criatividade para todas as produtoras.	- Concentração de bons profissionais - Muita concorrência - VT's de qualidade - Falta pós-produção (colorização e <i>Motion Graphics</i> ) - Restrito

#### Considerações finais

Este trabalho estudou a opinião dos profissionais produtoras de vídeo da região de Itajaí e Balneário Camboriú em relação ao uso de programas de edição de vídeo e tratamento de imagem. Apesar de a região contar com boas empresas de vídeo nas quais são realizados grandes projetos e contribuem para o desenvolvimento do ramo audiovisual local, não se percebeu a existência de estudos específicos voltados para as produtoras destas duas cidades. Dentro desta realidade, sentiu-se a necessidade de realizar um estudo focado em edição de vídeo local, contando inicialmente com a coleta de informações em obras já publicadas sobre o assunto e a aplicação e análise de uma pesquisa de opinião feita com as produtoras da região de Balneário Camboriú e Itajaí.

Por meio da análise desta pesquisa foi possível identificar a opinião dos profissionais locais em relação aos programas de edição, e foi constatado que os mais utilizados pelas produtoras foram o *Adobe Premiere* e o *Adobe After Effects*, nos quais trabalham em conjunto com outros programas do pacote *Adobe*, tornando o processo mais ágil e prático devido à compatibilidade entre os formatos gerados pelos *softwares*, além da existência de boas ferramentas capazes de suprir as necessidades e expectativas dos editores, conseguindo alcançar o resultado esperado.

Os programas mais utilizados pelos profissionais, apenas para a edição, foram o *Adobe Premiere* e o *Final Cut*, já que são *softwares* profissionais que contam com bons instrumentos de trabalho capazes de gerar bons resultados, em que o *Premiere* está sendo cada vez mais utilizado devido a novos recursos e sua praticidade. Em relação aos VT's publicitários, as produtoras regionais utilizam várias ferramentas e *plug-ins*, sendo o *Adobe After Effects* o mais utilizado para o tratamento de imagem e correção de cor. Apesar da relevância na escolha dos *softwares* de pós-produção, as produtoras consideram a criatividade um fator mais importante do que a ferramenta em si, podendo também haver uma complementação dos dois aspectos, tornando possível uma exploração criativa das



ferramentas de trabalho que resulta em um processo mais ágil e um resultado mais profissional e diferenciado.

A partir deste estudo deixam-se como sugestão outras investigações como a aplicação de uma pesquisa mais aprofundada em uma amostra com número superior aos deste trabalho, considerando outras cidades próximas à região como Florianópolis e Joinville.

## **Referências**

DANCYGER, K. **Técnicas de edição para cinema e vídeo**: história, teoria e prática. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier: Campus, 2003.

EISENSTEIN, S. **A forma do filme**. Rio de Janeiro, RJ: J. Zahar, 2002.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

KELLISON, C. **Produção e direção para TV e vídeo**: uma abordagem prática. Tradução: Natalie Gerhardt. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.