TVUFG

Manual de comunicação e registro audiovisual

/tvufg

TVUFG

FUNDAÇÃO RTVE / TV UFG

Profª. Silvana Coleta Santos Pereira
Diretora Executiva da Fundação RTVE

Vanessa Bandeira
Diretora Geral da TV UFG

Michael Valim
Assessor da Direção

Thiago Moreira
Diretor de Engenharia e Operações da TV UFG

Michaell Patarelo
Gerente Administrativo

Kitia Rubia
Coordenadora de Produção

Marília Almeida
Assessora de Comunicação/Ouvidora

Kamyla Maia
Editora-chefe de Jornalismo

Maria Leticia Miranda
Controladora de Programação TV UFG

Expediente

Redação:
Michael Valim

Projeto Gráfico:
Matheus Carol

Fotografias:
Matheus Carol
Fernando Brás

Contatos:
62 3521-1782 / 62 99181-1406 / producao@tvufg.org.br

TVUFG

Fundação RTVE

QUER DIVULGAR SEU EVENTO, PROJETO OU AÇÃO?

A TV UFG QUER TE AJUDAR A CONSEGUIR MAIOR VISIBILIDADE.

Você participa de algum projeto de interesse público nas áreas da educação, artes, cultura, ciência, esporte, lazer ou saúde? Promove eventos culturais, artísticos, científicos ou acadêmicos? Realiza pesquisas e estudos que produzem conhecimento e podem gerar impacto social? Desenvolve alguma ação de extensão que contribua para a melhoria da vida de outras pessoas ou comunidades?

Sim! Foi pensando em você que a **TV UFG** elaborou esse Manual de Comunicação e Registro Audiovisual. Você que produz saber, ciência, arte, cultura, saúde, tecnologia, esporte, lazer, inclusão, acessibilidade, enfim, que exerce e promove a cidadania, nós queremos estabelecer uma relação de confiança e trabalho capaz de produzir uma melhor divulgação e uma maior visibilidade das ações e projetos que você e seu grupo de atuação desenvolvem ou participam.

E para que essa relação se estabeleça de modo efetivo, nós da **TV UFG** pretendemos: **1)** levá-lo a entender, ou reforçar o entendimento prévio, que a comunicação é, ao mesmo tempo, um processo complexo imprescindível a toda atividade humana e um setor profissional estratégico para o sucesso de projetos de qualquer área; **2)** capacitá-lo a produzir e enviar com o seu smartphone, informações, áudios e imagens com qualidade mínima para serem trabalhadas pela equipe da **TV UFG** e transformadas em conteúdos audiovisuais de divulgação e promoção das ações e projetos que você ou seu grupo desenvolvem ou participam.

Vale destacar que todos os conteúdos que forem possíveis de serem produzidos a partir dessa parceria serão exibidos em TV aberta para a Região Metropolitana de Goiânia pelo **canal 15.1** e disponibilizados nas mídias sociais oficiais da **TV UFG** de modo gratuito e em alta qualidade. Os conhecimentos adquiridos por meio dessa parceria poderão ser utilizados para produzir conteúdos audiovisuais para outras plataformas de difusão mantidas por você ou seu grupo.

Além desse manual, desenvolvemos ainda um aplicativo para celulares ***Android***, disponível gratuitamente na loja de aplicativos do sistema, que possibilita, entre outros serviços, o envio de conteúdos para nossa produção. A opção por desenvolver um aplicativo para celulares que operam com sistema ***Android***, num primeiro momento, foi devido ao fato do mesmo estar presente na maioria dos aparelhos em operação no País. Ademais, na loja de aplicativos do sistema ***Android*** e de maneira também gratuita, você encontra o aplicativo ***Open Camera*** que oferece uma série de recursos de gravação e fotografia que também serão apresentados aqui.

Desse modo, o manual está dividido em quatro partes ordenadas de modo que você possa adquirir conhecimentos básicos sobre: **1)** comunicação; **2)** uso do smartphone para registro audiovisual; **3)** uso do Aplicativo **TV UFG** para interação e envio de conteúdo para a nossa produção; e **4)** uso do aplicativo ***Open Camera*** para realizar registros audiovisuais com qualidade de imagem e som.

Assim, num primeiro momento vamos apresentar algumas noções básicas sobre Comunicação para que você possa utilizá-las a favor de uma maior visibilidade do seu projeto. Num segundo momento, vamos dar algumas dicas básicas de como utilizar o seu smartphone para realizar gravações em vídeo e registros fotográficos com mais qualidade. Num terceiro momento, vamos mostrar as principais funcionalidades do aplicativo da **TV UFG**, com destaque para a ferramenta de envio de conteúdo. E num quarto momento, vamos apresentar as principais funcionalidades e ferramentas do aplicativo de gravação de vídeo e registro fotográfico ***Open Camera***.

Por fim, cabe ressaltar que o presente manual terá distribuição totalmente gratuita por meios digitais e, para contribuir com essa construção, tomamos a liberdade de utilizarmos, a título de ilustração e com caráter estritamente formativo, imagens produzidas a partir de fotografias de autoria de Fernando Brás, Diretor de Fotografia da TV UFG e do Matheus Carol, Designer Gráfico da TV UFG, a quem, desde já, agradecemos pela autorização de uso.

MÓDULO I:
A COMUNICAÇÃO É ESTRATÉGICA

A palavra comunicação encontra sua raiz etimológica no termo latino *communicatione*, uma variante do termo *commune* (comum), e designa: uma ação em comum; uma participação; um compartilhar de informações, experiências, sensações ou emoções; um agir em e na comunidade.

Em suma, a comunicação é um processo eminentemente social que cria laços de reciprocidade e solidariedade e configura-se como um fenômeno indispensável para a existência humana enquanto indivíduo e espécie. Pois é sobre o "em comum" da "comunicação" que se assenta a cultura, a sociedade e os próprios indivíduos enquanto seres conscientes. Uma vez que é somente por meio de processos comunicativos que o indivíduo consegue construir sua identidade ao mesmo tempo em que desempenha diferentes e diversos papéis sociais enquanto membro de suas comunidades e/ou campos de atuação.

O ser humano é essencialmente comunicativo e precisa necessariamente comunicar sobre si mesmo, os outros e seu entorno. E isso tem impacto decisivo na forma como o indivíduo compreende aqueles que o rodeiam, o mundo que o cerca e a forma como ele compreende a realidade a sua volta[1].

Ocorre que, diferentemente do que pensa o senso comum, a comunicação é um processo complexo e altamente improvável, pois está mais para o quê o "outro" (receptor) entende e responde, do que para o quê o "eu" (emissor) diz. Isso por que o processo comunicativo surge a partir de três seleções distintas e consecutivas, a saber: **1)** a seleção da informação a ser transmitida pelo "eu" emissor; **2)** a seleção da forma como a informação selecionada será transmitida pelo "eu" emissor; e **3)** a seleção pelo entendimento da informação transmitida pelo "outro" receptor. O que só pode ocorrer caso o "outro" receptor assuma o papel de "eu" emissor e realize uma nova seleção de informação; uma nova seleção da forma como a informação será transmitida; e caso o primeiro "eu" emissor assuma o papel de "outro" receptor e realize uma nova seleção pelo entendimento da informação transmitida. Ou seja, comunicar não é simplesmente transmitir conteúdos, a comunicação só se realiza de fato quando o "outro" aceita a informação, a entende, e transforma-se em um "eu" que comunica[2].

Inicialmente a comunicação desenvolveu-se a partir da interação face-a-face entre indivíduos que compartilhavam o mesmo espaço-tempo. O que, a despeito de restringir a mesma aos limites territoriais das comunidades, facilitava o entendimento devido à riqueza simbólica que os gestos e as expressões emprestam ao processo comunicativo presencial. Contudo, desde a invenção da escrita, e das demais tecnologias de informação e comunicação que se seguiram a partir da invenção da prensa, da descoberta do eletromagnetismo e do domínio da eletrônica digital, a interação entre os indivíduos e o intercâmbio de informações foram estendidos para além das fronteiras tradicionais do espaço-tempo e passaram a ser cada vez mais possíveis a distância, de maneira simultânea e em escala global.

Assim, ao longo do tempo, esses avanços tecnológicos acabaram criando uma nova forma de visibilidade para os acontecimentos cotidianos ao ampliar o campo de visão dos indivíduos que passaram a ser afetados por eventos ocorridos em regiões cada vez mais distantes de suas comunidades. O que acabou por alterar profundamente os modos de vida e definir a sociabilidade moderna ao estender o espaço do debate público para além das fronteiras locais.

Isso representou a abertura de possibilidades inéditas de intercâmbio de informações e comunicação entre indivíduos e organizações, ao mesmo tempo em que criou uma série de novos e complexos desafios. Uma vez que a comunicação mediada por tecnologia tende a reduzir a riqueza simbólica inerente à interação face-a-face aos sentidos da visão e audição e a causar sobre os indivíduos e comunidades um excesso de informações. Fatores que podem dificultar o entendimento e, portanto, a efetiva comunicação[3].

Em suma, o que pretendemos pontuar e chamar a atenção com essa breve revisão teórica e histórica é que a comunicação, tanto a interação face-a-face quanto a mediada por tecnologias, desempenha um papel central, estratégico e fundamental para o alcance dos objetivos e metas de todo e qualquer empreendimento humano. E, independentemente do escopo, abrangência ou aporte financeiro do projeto, para que o mesmo seja bem-sucedido é preciso que haja planejamento e uma gestão profissional da comunicação.

E isso só é possível quando se consegue identificar os públicos do projeto e quais as estratégias e ferramentas mais eficazes para alcançá-los e estabelecer com eles uma efetiva comunicação. Evidentemente, bons profissionais de comunicação saberão identificar essas questões com competência, contudo, a partir daqui passaremos a apresentar algumas dicas para uma boa gestão da comunicação de um projeto, sem a pretensão de substituir o trabalho desses profissionais.

Por fim, cabe ressaltar que todo e qualquer projeto financiado com recursos públicos tem a obrigação de prestar contas para a sociedade dos investimentos realizados pelo mesmo. Ou seja, o cidadão tem o direito de saber como o dinheiro dos impostos e contribuições está sendo gasto pelo projeto e quais os benefícios que o mesmo promove em prol da sociedade. E isso, evidentemente, ocorre também por meio de uma comunicação que leve informações relevantes sobre as ações e seus alcances para o conjunto da sociedade. O que, se realizado de modo efetivo, contribuirá para a percepção da sociedade sobre a importância dos investimentos públicos para a promoção da cidadania por meio da educação, ciência, arte, cultura, saúde, esporte e lazer.

GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

A comunicação precisa ser entendida como responsabilidade de todos que estão envolvidos diretamente no planejamento, gestão e execução de um projeto. As informações precisam ser confiáveis, compartilhadas com todos os que estiverem envolvidos nas ações específicas, de modo uniforme e padronizada, para que não haja divergências ou contradições entre os colaboradores do projeto.

Enquanto área profissional, a comunicação precisa estar presente desde o início do projeto para que as ações sejam pensadas também do ponto de vista da visibilidade que se deseja ou se busca para as mesmas. Isso torna a atuação de profissionais e estudantes de comunicação fundamental para uma boa gestão da comunicação, independentemente do tamanho do projeto.

Paradoxalmente, quase nunca são previstos recursos humanos e financeiros para o adequado registro e divulgação do projeto e suas ações mais relevantes. Erro grave que prejudica tanto a execução do mesmo quanto a difusão dos resultados alcançados e a busca por novas fontes de financiamento para continuidade ou início de outros projetos. Para sair dessa encruzilhada, é preciso primeiramente reconhecer a comunicação como um setor estratégico para todo e qualquer empreendimento, em especial aqueles desenvolvidos com comunidades periféricas e grupos vulneráveis, e, na medida do possível, começar a prever a participação de profissionais de comunicação (formados e em formação) nos projetos desde o início das atividades. Só assim você e seu grupo conseguirão colher os louros de ações exitosas que poderão ser do conhecimento de toda a sociedade.

PÚBLICOS

Um dos aspectos mais importantes para uma boa gestão da comunicação é a identificação dos diferentes públicos que estão ou serão envolvidos nas diversas ações previstas no projeto. Dependendo do escopo do mesmo, os públicos podem estar espalhados pelo País; em diferentes países e continentes; ou concentrados em uma região remota e de difícil acesso. Portanto, todo o indivíduo que, de algum modo, colabora ou participa das ações desenvolvidas, seja na organização ou voluntariado; seja como membro da comunidade atendida; seja o internauta que entra em contato com o projeto por meio das mídias sociais; compõem os diversos públicos do projeto.

Em geral, todo projeto possui públicos internos e externos e essa separação, mesmo que não seja tão definitiva assim, ajuda a pensar e a estabelecer as melhores estratégias e ferramentas de comunicação com os mesmos. Grosso modo, todos aqueles que participam ou colaboram diretamente da elaboração, planejamento e execução do projeto formam os públicos internos do mesmo. Já aqueles que são atendidos pelas ações desenvolvidas ou que entram em contato com as mesmas pelos meios de comunicação social fazem parte dos públicos externos do projeto.

Os diferentes públicos precisam ser alcançados por diferentes estratégias de comunicação que devem levar em conta as especificidades dos mesmos, o momento do projeto e o alcance que se deseja. Essas variáveis são fundamentais para definir a forma e o meio pelo qual se alcançará de modo mais eficaz o público específico desejado. Assim, com certeza, será mais eficaz para a mobilização de uma comunidade carente a contratação de um carro de som do que um anúncio em um grande jornal, por exemplo. Do mesmo modo que um grupo de WHATSAPP pode ser mais eficaz para o compartilhamento de informações específicas para uma determinada ação do que uma reunião presencial que demanda compartilhamento de agenda e deslocamento dos envolvidos.

A escolha da linguagem que será empregada na ação de comunicação também depende essencialmente do público que se quer alcançar. Desse modo, um público especializado exigirá uma linguagem mais elaborada, acadêmica e técnica, ao passo que um público leigo exigirá uma linguagem mais coloquial, menos formal e rebuscada que evite ou explique termos muito acadêmicos ou específicos.

PORTA-VOZ

Uma medida muito importante para uma boa relação com a mídia é designar e capacitar uma ou mais pessoas para serem porta-vozes do projeto. A depender do tamanho e complexidade do mesmo, pode ser estratégico ter porta-vozes específicos para cada área ou linha de ação. Essas pessoas precisam ter um discurso alinhado com os objetivos, metas e estratégias de comunicação e precisam ter disponibilidade e habilidade para atender produtores e repórteres. É fundamental ter em mente que, em geral, os veículos de comunicação dispõem de espaços e tempos limitados para divulgar as ações do projeto e, por isso, é preciso que o porta-voz fale de maneira clara e direta. É importantíssimo saber exatamente o que se quer falar, para quem e com qual objetivo para que a oportunidade de falar com a imprensa não seja desperdiçada ou se transforme em um problema de comunicação.

RELEASE

Uma das ferramentas de divulgação e difusão de informações sobre um determinado projeto ou ação para a imprensa é o *release* ou *press release* que tem por característica ser um texto informativo sucinto, direto e objetivo que busca levar ao jornalista ou ao veículo de comunicação ao qual é endereçado as seguintes informações: **1 –** O que é o projeto e o que desenvolve? **2 –** Por que o projeto está sendo proposto ou desenvolvido? **3 –** A quem se destina? **4 –** Onde e quando ocorrerão as ações? (se for o caso) **5 –** Como acessar o projeto ou obter mais informações? **6 –** Quem o promove, desenvolve e financia?

É preciso ter em mente que as principais e mais relevantes informações sobre o projeto ou ação precisam estar dispostas de maneira clara logo no início do texto para que as mesmas possam chamar a atenção do jornalista que receberá o release. Vale ressaltar que o que importa aqui é o interesse público, no que o projeto irá contribuir ou oferecer para a sociedade.

É importante também que o texto contenha os contatos dos porta-vozes e do responsável pela assessoria de comunicação do projeto para esclarecimentos ou possíveis entrevistas. Além disso, é sempre bom apresentar um brevíssimo relato histórico da atuação do profissional, grupo ou instituição na área em que o projeto se insere e anexar ao release fotos e/ou vídeos sobre as ações desenvolvidas.

COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL

O audiovisual é uma forma de comunicação que incide simultaneamente na audição e na visão dos indivíduos e envolve atividades especializadas de criação, produção, distribuição, programação e transmissão de conteúdo. É também uma linguagem de expressão estética que combina de maneira ritmada as mais variadas formas de sons e imagens (imagens em movimento, fotografias, grafismos, ruídos, músicas, vozes, entre outros) para construir e comunicar mensagens e conteúdos estéticos variados.

Com o desenvolvimento e popularização das plataformas de compartilhamento de vídeos e das mídias sociais, essa forma de comunicação vem crescendo muito e cada vez mais pessoas e instituições lançam mão de conteúdos audiovisuais para se comunicar, apresentar projetos para financiadores ou convidar os diferentes públicos para as ações.

Por isso mesmo, os conteúdos audiovisuais passaram a ser exigidos como itens obrigatórios em processos de prestações de contas de diferentes organismos governamentais e entidades do terceiro setor, bem como são cada vez mais reconhecidos como relevantes indicadores de produção acadêmica, científica e/ou cultural por órgãos e instituições de fomento.

NOTAS

[1] A importância fundamental da comunicação no desenvolvimento do ser humano e da sociedade é ressaltada pelo comunicólogo português Jorge Pedro Sousa (2004) que faz um breve relato da história da comunicação em sociedade. Segundo o autor, o ser humano caracteriza-se por ser um animal eminentemente social, assim, desde tempos remotos, a espécie humana buscou a formação de pequenos grupos (famílias, clãs, tribos) como forma de garantir de modo coletivo a sua própria sobrevivência, que já indica a existência de alguma forma de comunicação para tal. Contudo, a comunicação só conseguiu desenvolver-se plenamente graças à construção e ao compartilhamento de um conjunto de códigos e signos comuns que possibilitaram a emissão, o entendimento e a resposta às mensagens e informações entre os indivíduos, ou seja, a partir da conquista evolutiva da linguagem, talvez um dos mais extraordinários inventos da humanidade. SOUSA, J. P. **Elementos de teoria e pesquisa da Comunicação e da Mídia**. 1a Edição. Florianópolis – SC: Letras Contemporâneas, 2004, p. 452.

[2] Essa concepção do processo comunicativo está baseada na Teoria dos Sistemas Sociais desenvolvida pelo sociólogo alemão Niklas Luhmann que concebe a comunicação como a unidade constituinte de toda a sociedade e que possibilita a sua formação e evolução. LUHMANN, Niklas. **Introdução à Teoria dos Sistemas**. Tradução: Ana Cristina Arantes Nasser. 2a Edição – Petrópolis, RJ: Vozes, 2010, p. 412.

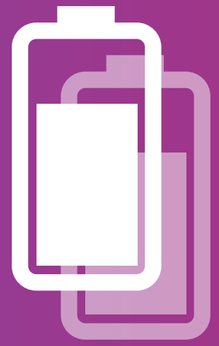
[3] O sociólogo estadunidense John Brookshire Thompson aponta em seus estudos e pesquisas a influência decisiva das tecnologias de informação e comunicação na formação da sociedade moderna desde seu início. THOMPSON, John. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 4 ed. Tradução de Wagner de Oliviera Brandão. Petrópolis: Vozes, 1998.

[4] Sonora é o nome de um depoimento ou entrevista, que pode ou não ter imagem, mas tem necessariamente áudio. Videotape é o conteúdo audiovisual de curta duração que é realizado, em geral, a partir da animação dos elementos gráficos de uma marca ou arte (cartaz, folder, etc) e que serve para divulgação das atividades de um projeto ao ação na programação de uma emissora de televisão ao em mídias sociais na internet. Notas são informações faladas pelo repórter ou apresentador que podem ser ilustradas ou não por imagens.

MÓDULO II:

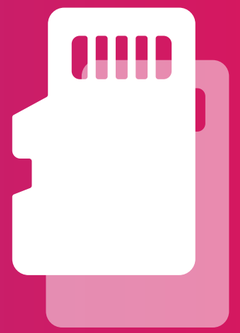
O SMARTPHONE COMO FERRAMENTA DE REGISTRO AUDIOVISUAL

Atualmente os celulares nos acompanham em todos os lugares, em todos os momentos e, cada dia mais, oferecem recursos tecnológicos que nos auxiliam nos mais variados aspectos da vida contemporânea. Os modelos conhecidos como smartphones possuem, em quase todos os casos, recursos de gravação de imagens e sons de altíssima qualidade e aplicativos que auxiliam o registro, tratamento e envio de informações, sonoras e imagens que podem ser utilizadas para a produção de videotapes, notas, matérias e/ou reportagens sobre seu projeto ou ação. Contudo, para obter os melhores resultados possíveis é preciso tomar alguns cuidados e observar algumas dicas simples que passaremos a tratar a seguir[4].



CUIDADO COM A BATERIA

Lembre-se de carregar o seu celular antes de realizar a gravação. Assim, você não corre o risco de ficar sem bateria, uma vez que não é recomendado realizar gravações com o celular plugado na tomada. Isso pode causar interferência no som ou um acidente decorrente de uma descarga elétrica.



CUIDADO COM A MEMÓRIA

Arquivos de vídeo ocupam muito espaço na memória do seu celular e, por isso, você precisa verificar se há espaço suficiente para a gravação que deseja fazer.

O tamanho do arquivo de vídeo varia conforme a resolução escolhida e o modelo do aparelho, mas, em média, um minuto de vídeo com a resolução 1920x1080p (a mesma da televisão digital) ocupa cerca de 250MB.

Uma alternativa para a falta de espaço na memória do celular é realizar backup do seu cartão de memória em um computador ou HD e, à medida que for gravando, salvar os arquivos de vídeos nesse mesmo computador ou HD.

ACIONAR O MODO AVIÃO

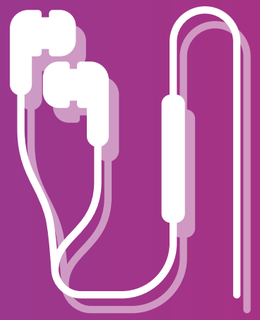
Antes de iniciar qualquer gravação, coloque o seu celular no **MODO AVIÃO**. Assim, você não correrá o risco de alguma chamada ou mensagem fora de hora atrapalhar a sua gravação.

AMBIENTE

Quando for gravar uma pessoa falando ou gravar a si mesmo (videoselfies), procure o ambiente melhor iluminado e menos ruidoso que estiver por perto. Posicione-se de frente para a principal fonte de luz, janela, sacada ou varanda por exemplo. Contudo, a incidência direta do sol não é boa para a imagem com celular.

O melhor é encontrar uma posição em que o rosto fique iluminado e o fundo também. Cuidado com o ruído de aparelhos eletroeletrônicos, como ar condicionado e o vento em apartamentos de andares elevados.

Se for gravar em área externa, tome cuidado com ruas movimentadas e locais próximos a construções, por exemplo. Cuidado também com o fundo da cena para que não haja elementos que chamem mais atenção do que você ou o entrevistado ou que formem imagens que pareçam estranhas no vídeo ou foto.

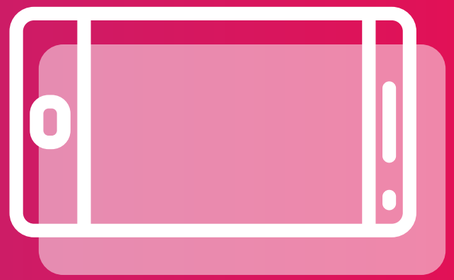


HEADPHONE DO APARELHO COMO MICROFONE

Para melhorar a qualidade do áudio durante a gravação, você pode utilizar o aparelho de headphone com microfone que veio junto com seu smartphone.

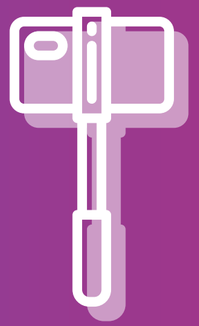
Caso pretenda falar diretamente para a lente da câmera do seu celular ou gravar outra pessoa falando, você pode prender o headphone próximo à gola da roupa de quem for falar como uma espécie de microfone de lapela.

Certifique-se que o headphone está limpo e desinfetado para que não haja nenhum risco de contaminação ao utilizá-lo.



CELULAR NA POSIÇÃO HORIZONTAL

Para que sua gravação possa ser utilizada nas produções da **TV UFG**, você precisa realizá-la na posição **HORIZONTAL**, ou seja, com o celular deitado. Essa é a posição que respeita a proporção 16:9 e a resolução **Full HD 1920x1080px** que são utilizadas na televisão digital no Brasil.

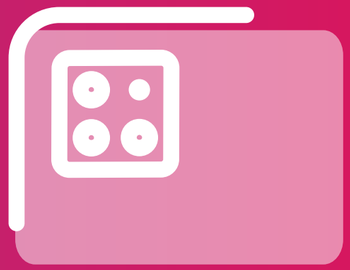


ESTABILIZAR O CELULAR

Os smartphones estão cada vez mais leves e não foram desenvolvidos para serem câmeras de vídeo. Por isso, para realizar uma gravação, você precisa colocá-lo em um lugar firme e seguro que dê estabilidade para a imagem na hora de realizar a gravação.

Geralmente, quando gravamos com o celular na mão, as imagens tendem a ficar muito tremidas e com excesso de movimentos, o que prejudica a qualidade do vídeo. Para resolver esse problema, você pode investir em tripés simples de câmera fotográfica e em adaptadores para fixar o seu celular no tripé ou outro tipo de suporte específico.

Caso não tenha esses acessórios, você pode lançar mão de outras soluções mais simples, como empilhar livros, utilizar estantes ou qualquer outro móvel que esteja à mão. O importante é colocar o celular na altura dos olhos da pessoa que estiver falando, de modo que ele fique fixo e estável durante toda a gravação.



CUIDADOS COM A LENTE DA CÂMERA

Em geral, os celulares atuais possuem pelo menos duas lentes, uma na parte frontal, que é muito utilizada para a realização das famosas *selfies*, e uma na parte traseira. Essas duas lentes podem ter resoluções diferentes, o que implica na qualidade da imagem que cada uma produz.

Na maioria dos casos, a lente traseira tem maior resolução e mais funcionalidades do que a dianteira, por isso, sempre que possível, dê preferência por gravar com a lente da parte traseira do celular.

Certifique-se de que a lente que for utilizar esteja limpa e cuidado com o posicionamento da mão para não tampar a mesma.

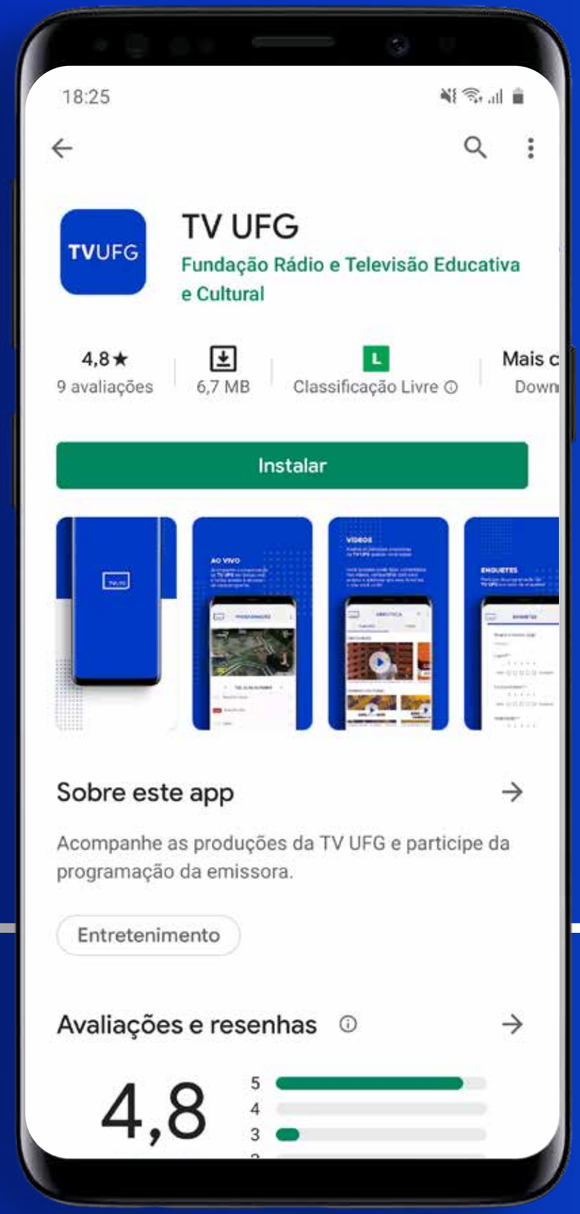
No caso de gravações em que você fala diretamente para a câmera (vídeo-*selfies*) ou quando você está gravando uma outra pessoa, é importante ter em mente que o olhar deve ser sempre direcionado para a lente e não para a tela ou para quem está com o celular gravando. Assim, você estará falando diretamente com o seu público.

MÓDULO III:
TUTORIAL APLICATIVO TV UFG

Com o objetivo de facilitar o contato com seus diferentes públicos, a **TV UFG** desenvolveu um aplicativo disponível para o sistema operacional **Android** que oferece diversos serviços que passaremos a apresentar nesse módulo.

Para baixar o Aplicativo **TV UFG** para **Android**, basta ir até a loja de aplicativos do seu celular, pedir para instalar e iniciar a utilização. Não é necessário cadastro prévio e a plataforma é totalmente gratuita.

Por meio do Aplicativo **TV UFG** você tem acesso à programação ao vivo no ar pelo **canal 15.1** e à grade semanal de programação da mesma.

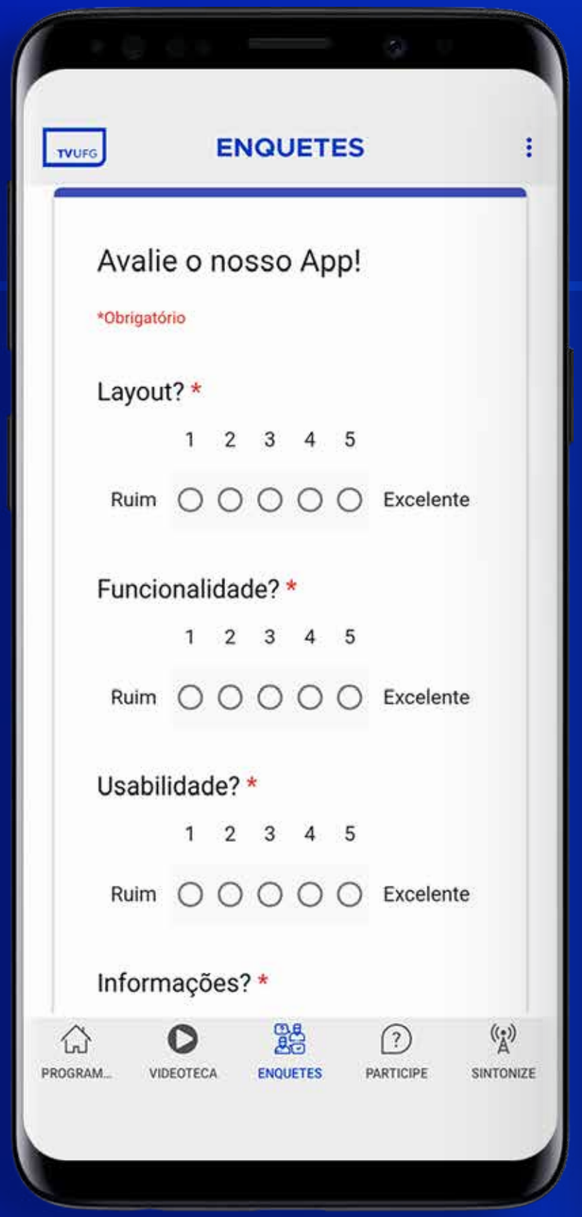


Baixe o app da #tvufg

DISPONÍVEL NO Google Play

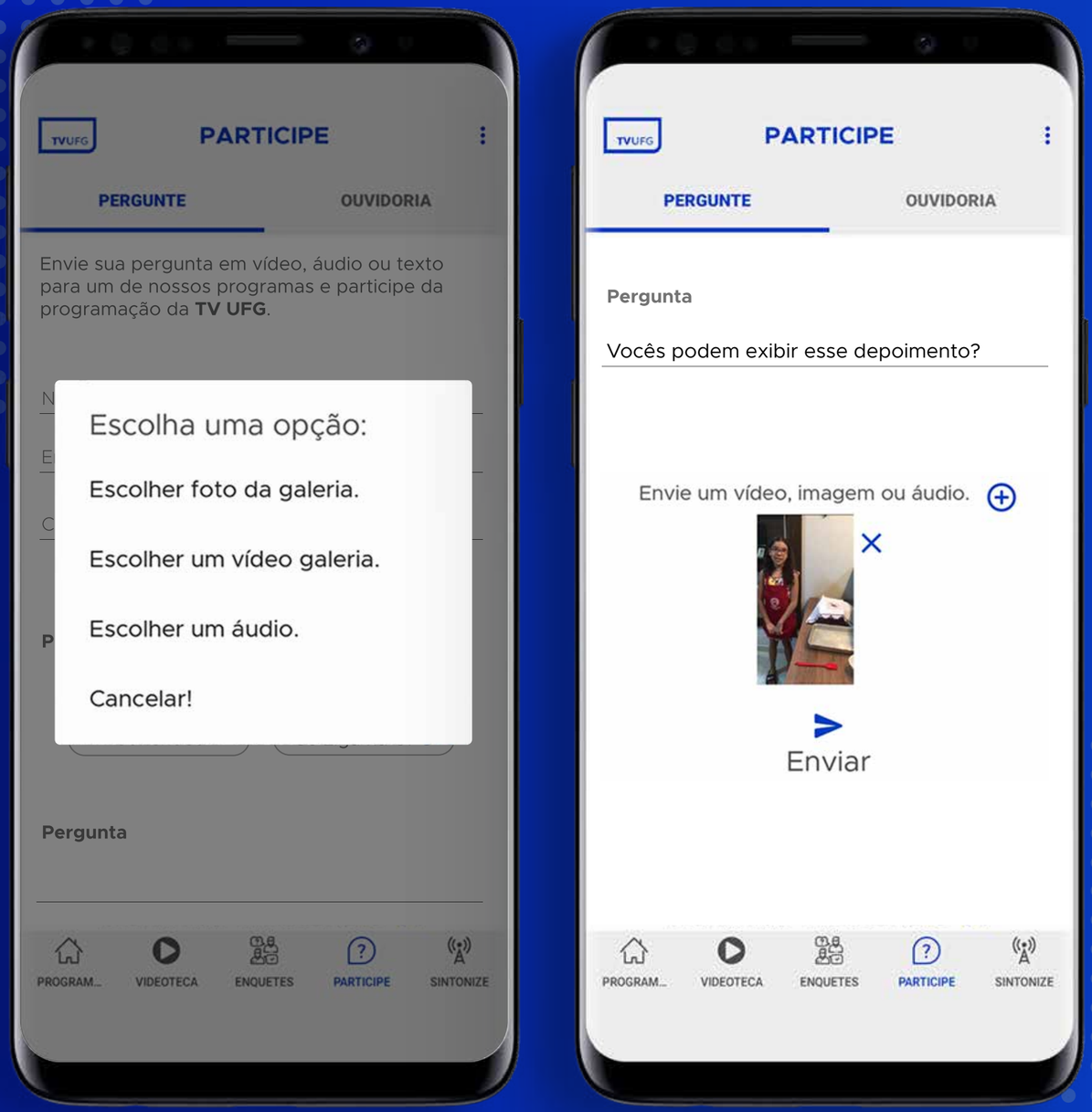
O Aplicativo **TV UFG** oferece também acesso à uma videoteca com todas as produções audiovisuais realizadas pela emissora em alta qualidade, de maneira organizada e totalmente gratuita.

O Aplicativo **TV UFG** convida você a participar da construção da **TV UFG** por meio de enquetes e do envio de críticas, reclamações, denúncias, elogios e pedidos de informação para a Ouvidoria da **TV UFG**.

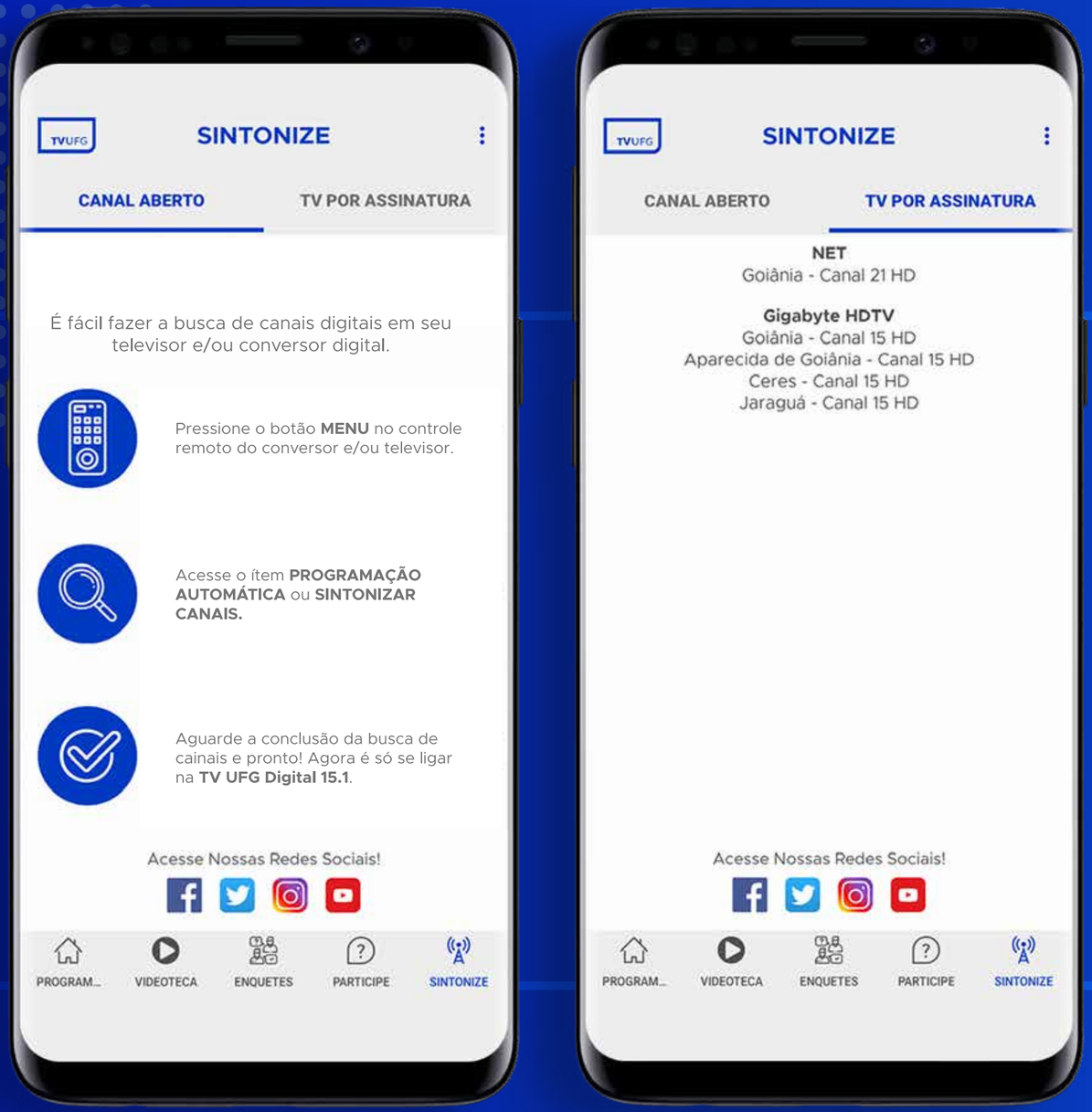


Por meio do Aplicativo **TV UFG** você pode também enviar textos, áudios, fotos e vídeos para nossa produção. Nesse caso, é necessário informar seu nome, e-mail e a cidade onde você mora. Nosso objetivo é realizar a divulgação e dar mais visibilidade às ações e projetos que promovam a cidadania, educação, ciência, artes, cultura, saúde, esporte e lazer em comunidades e na sociedade.

Enquanto emissora educativa e cultural de caráter público, a **TV UFG** busca sempre contribuir para a construção da cidadania e, nesse sentido, não realiza anúncio de produtos e serviços, denúncias ou abre espaço para discursos de ódio e intolerância.



O aplicativo também ensina como você pode sintonizar a nossa emissora no aparelho de televisão da sua casa, escritório, laboratório, comércio ou escola.



MÓDULO IV:
TUTORIAL APLICATIVO OPEN CAMERA

O **Open Camera** é um aplicativo para celulares **Android**, disponível gratuitamente na loja do sistema, que oferece uma série de recursos que auxiliam e facilitam o registro de imagens e sons com qualidade.

O principal recurso que ele oferece é a possibilidade de controlar manualmente os parâmetros de cor, luminosidade e foco da câmera do celular. O controle desses parâmetros é fundamental para a manutenção da qualidade da imagem durante a gravação e compreender para que servem e como utilizá-los fará com que você produza imagens mais interessantes e atrativas para o público.

Vamos aproveitar as funções que o aplicativo oferece para apresentar algumas técnicas de composição fotográfica.

DISPONÍVEL NO Google Play

Ao lado temos a representação do menu **CONTROLES ESPECIAIS**. É muito importante entender as principais funções presentes nesse menu para que possamos ter um maior controle sobre a qualidade da gravação que pretendemos realizar. São elas:

CONTROLE DO FLASH

Nessa opção você pode optar pelo uso ou não do Flash e da Lanterna como recursos para a falta de iluminação no local em que está sendo realizada a gravação. Não é recomendado o uso do Flash ou da Lanterna em situações normais em que se possa optar por um local mais iluminado ou quando se dispõe de alguma outra fonte de luz artificial. **NUNCA DEIXE O FLASH NO MODO AUTOMÁTICO**.

CONTROLE DE FOCO

Nessa opção você pode optar pelo uso do **FOCO MACRO**, quando necessitar fazer uma cena em que a lente tenha que ficar muito próxima do objeto. Você pode travar o foco num ponto escolhido ou fazer uso do foco contínuo, quando necessitar que o foco da cena mude na medida em que objetos forem aparecendo na imagem. Recomendamos que você sempre utilize o **FOCO TRAVADO** para realizar as gravações sem correr o risco de produzir imagens sem nitidez, desfocadas, em algum momento da gravação.
NUNCA DEIXE O FOCO NO MODO AUTOMÁTICO.

RESOLUÇÃO RECOMENDADA

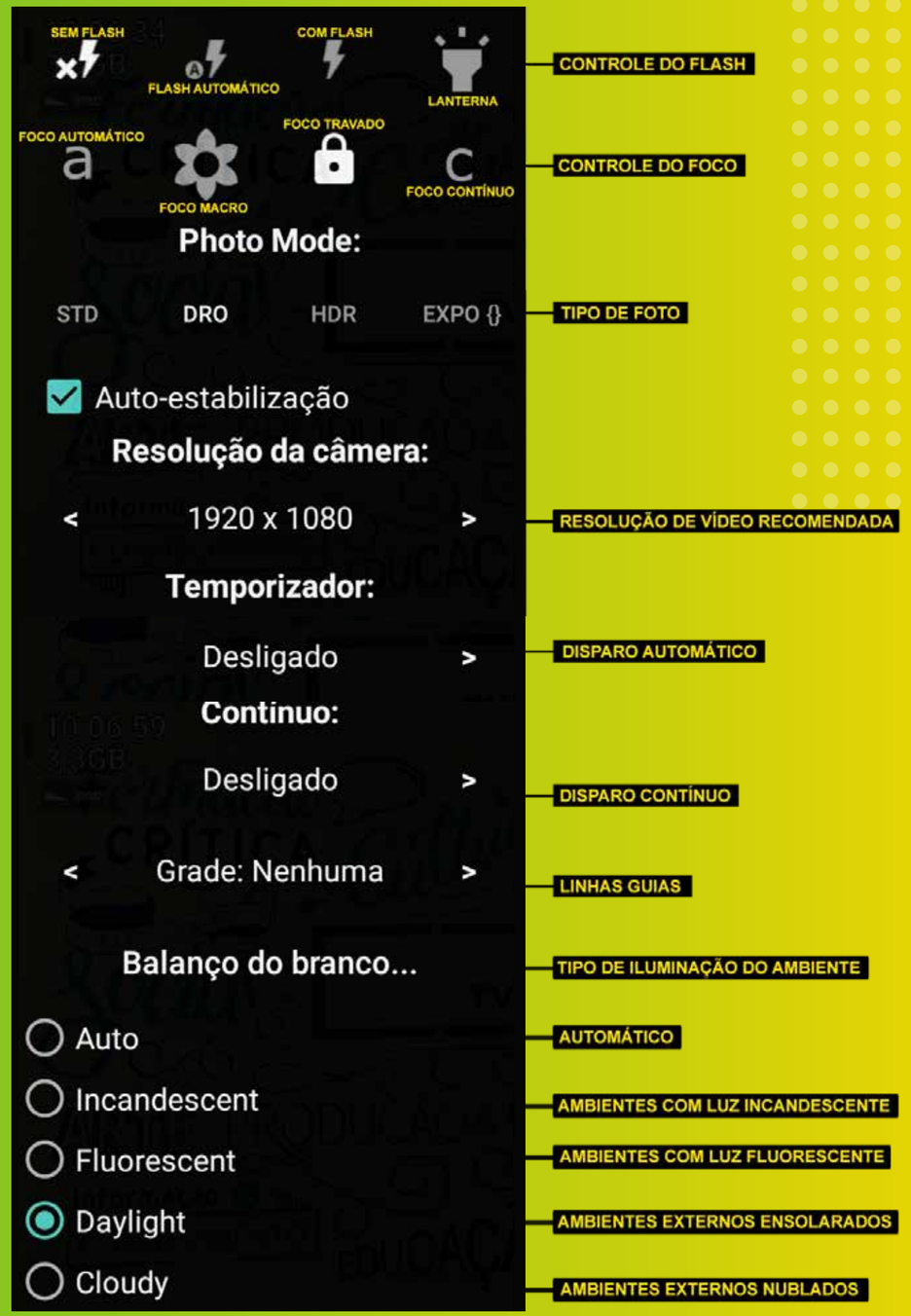
A resolução de vídeo padrão para a televisão aberta digital no Brasil é de **1920x1080 pixels**.
Utilize essa resolução para realizar suas gravações.

GRADES

Aqui você pode escolher qual linha guia você quer utilizar para realizar a composição da sua cena ou enquadramento. Mais abaixo vamos detalhar essa função. Entender as opções que ela oferece fará com que você tenha uma outra percepção sobre a cena.

BALANÇO DE BRANCO

Nessa opção você informa para a câmera qual o tipo de iluminação que há no local em que você fará a gravação e qual padrão de luz branca a câmera deverá considerar para realizar a mesma. Em seguida vamos também detalhar essa função. **NUNCA DEIXE O BALANÇO DE BRANCO NO MODO AUTOMÁTICO**.



MENU CONTROLES ESPECIAIS:

LINHAS GUIAS

Agora vamos detalhar as opções de linhas guias que o aplicativo oferece como auxílio na hora de compor a cena e apresentar algumas noções básicas de composição fotográfica.

É importante ressaltar que nenhuma regra é absoluta, mas o conhecimento das mesmas facilita a tomada de decisão no ato da captura do movimento ou do instante de modo que a cena fique mais expressiva e interessante.

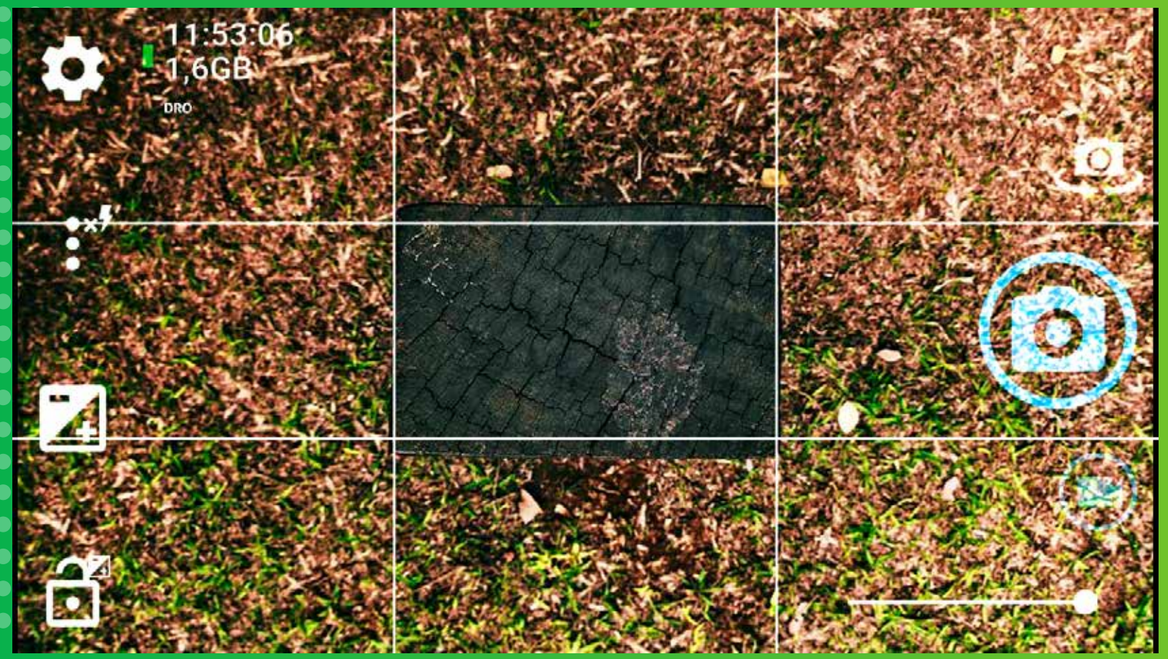


Foto: Matheus Carol

REGRA DOS TERÇOS

Essa técnica de composição baseia-se na ideia de que colocar seus assuntos fora do centro produz uma composição mais forte e natural e permite fazer o uso criativo do espaço vazio.

Para aplicá-la, imagine duas linhas verticais e duas linhas horizontas dispostas de modo a dividir a imagem em nove partes iguais. Segundo essa técnica, os pontos de encontro dessas linhas exercem uma atração sobre a atenção do espectador. E, como regra geral, recomenda-se posicionar o assunto principal da cena e focar a lente na câmera em um desses pontos.

Outro cuidado que a regra sugere é que, ao compor a cena, você deve ocupar somente dois terços verticais ou horizontas com o assunto principal e deve deixar o outro terço para apresentar o que está na frente ou atrás do mesmo.

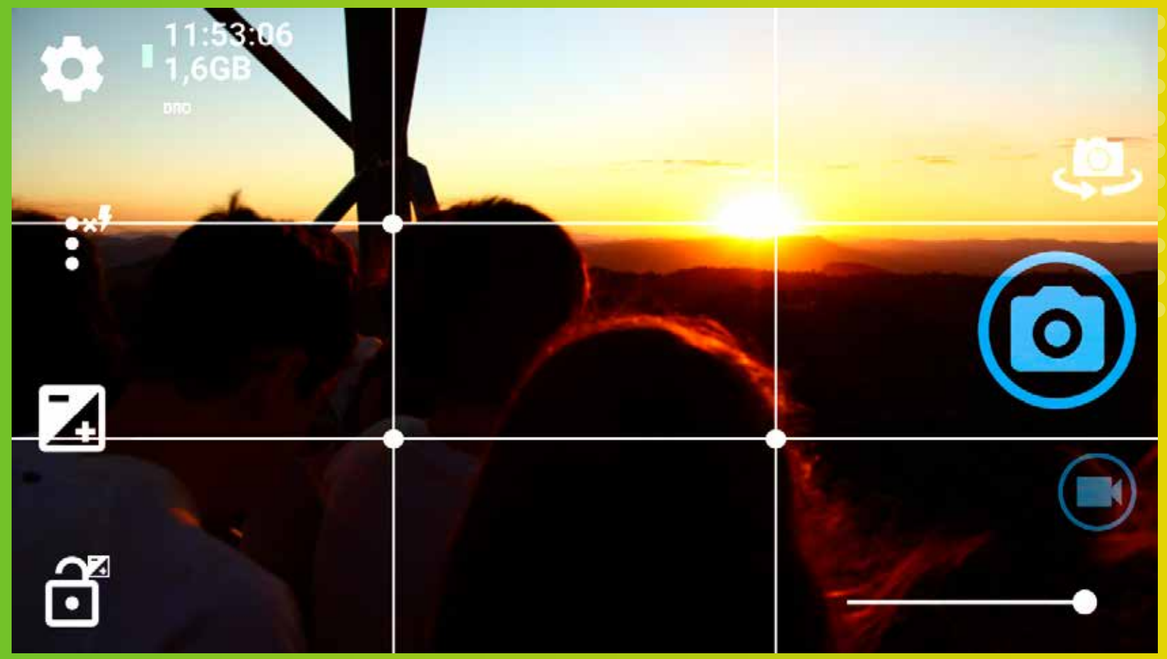


Foto: Fernando Brás

PROPORÇÃO ÁUREA

Conhecida também como proporção de ouro, número áureo, razão de ouro, seção áurea, divina proporção, essa é uma figura matemática conhecida e utilizada na arte desde a Antiguidade Clássica.

A espiral e o número áureo (1,6180) guardam relação matemática com a natureza e o modo como essa se desenvolve. A proporção áurea pode ser encontrada de forma aproximada nos tamanhos das falanges dos dedos humanos, nas colmeias das abelhas, nas flores dos girassóis, entre outras inúmeras situações biológicas e naturais.

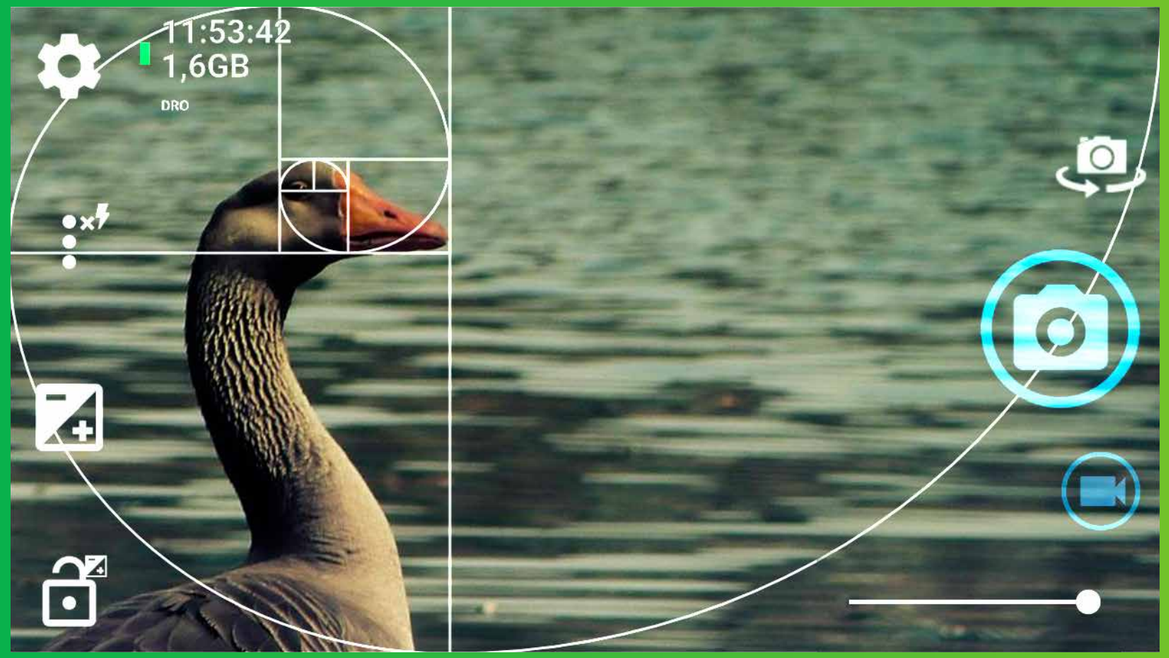


Foto: Matheus Carol

Foto: Matheus Carol

Embora sejam parecidas e causem efeitos compositivos semelhantes, a Regra dos Terços e a Proporção Áurea não são a mesma coisa e para aplicá-la você precisará de um pouco de treino.

Mas não é tão difícil, de modo bem simples, basta acostumar-se com os terços e, no ato da captura, consiga deslocar um pouco mais para fora do centro o foco da composição.

Foto: Matheus Carol

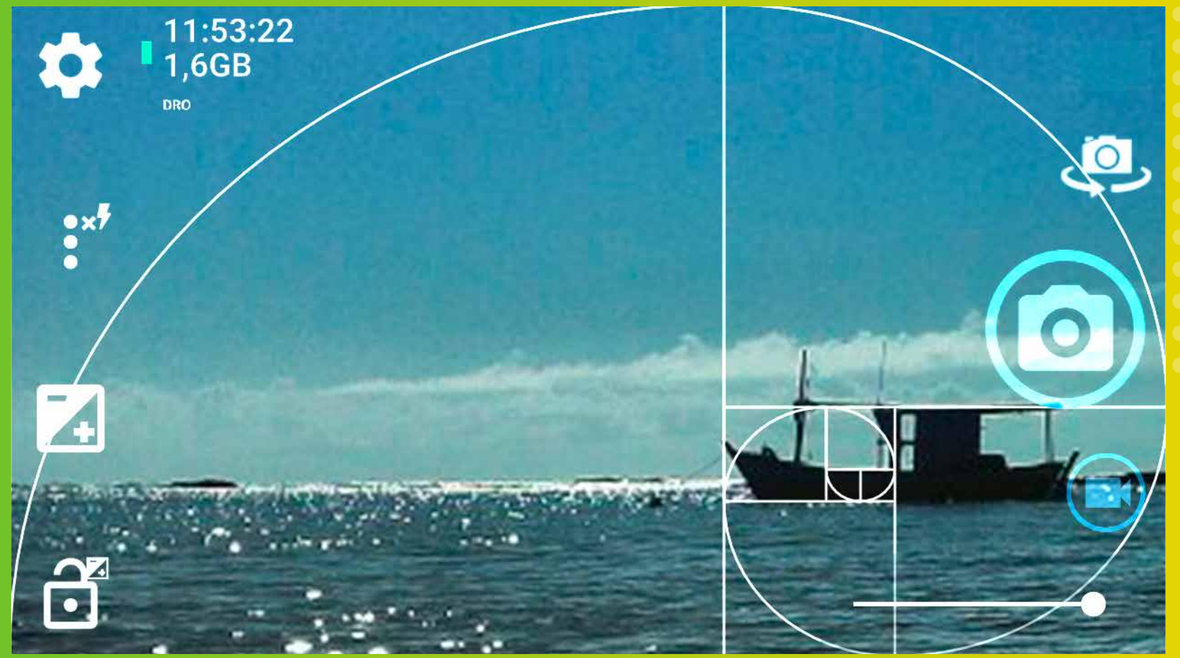


Foto: Fernando Brás

LINHAS, FORMAS, TRIÂNGULOS E DIREÇÃO DO MOVIMENTO

As linhas e formas geométricas simples desempenham um importante papel na composição da cena. Por isso, o menu **LINHAS GUIAS** oferece diversas referências de linhas diagonais para auxiliar você na hora de dispor os elementos da cena no espaço. Desse modo, essas linhas auxiliam você a dispor dentro do enquadramento escolhido os elementos que compõem a cena, a saber: a massa, as texturas, as cores, os tons e a direção do movimento.

Elas ajudam também a decidir o que ficará em primeiro plano (bem próximo da câmera), em segundo plano (a uma distância média da câmera) ou em terceiro plano (em um ponto mais afastado da câmera). Ademais, quando bem utilizadas, possibilitam que você direcione o olhar do espectador para um ponto específico da cena e ajudam a provocar no público uma maior percepção da profundidade de campo, ou seja, da terceira dimensão da cena na imagem.

Fotos: Fernando Brás

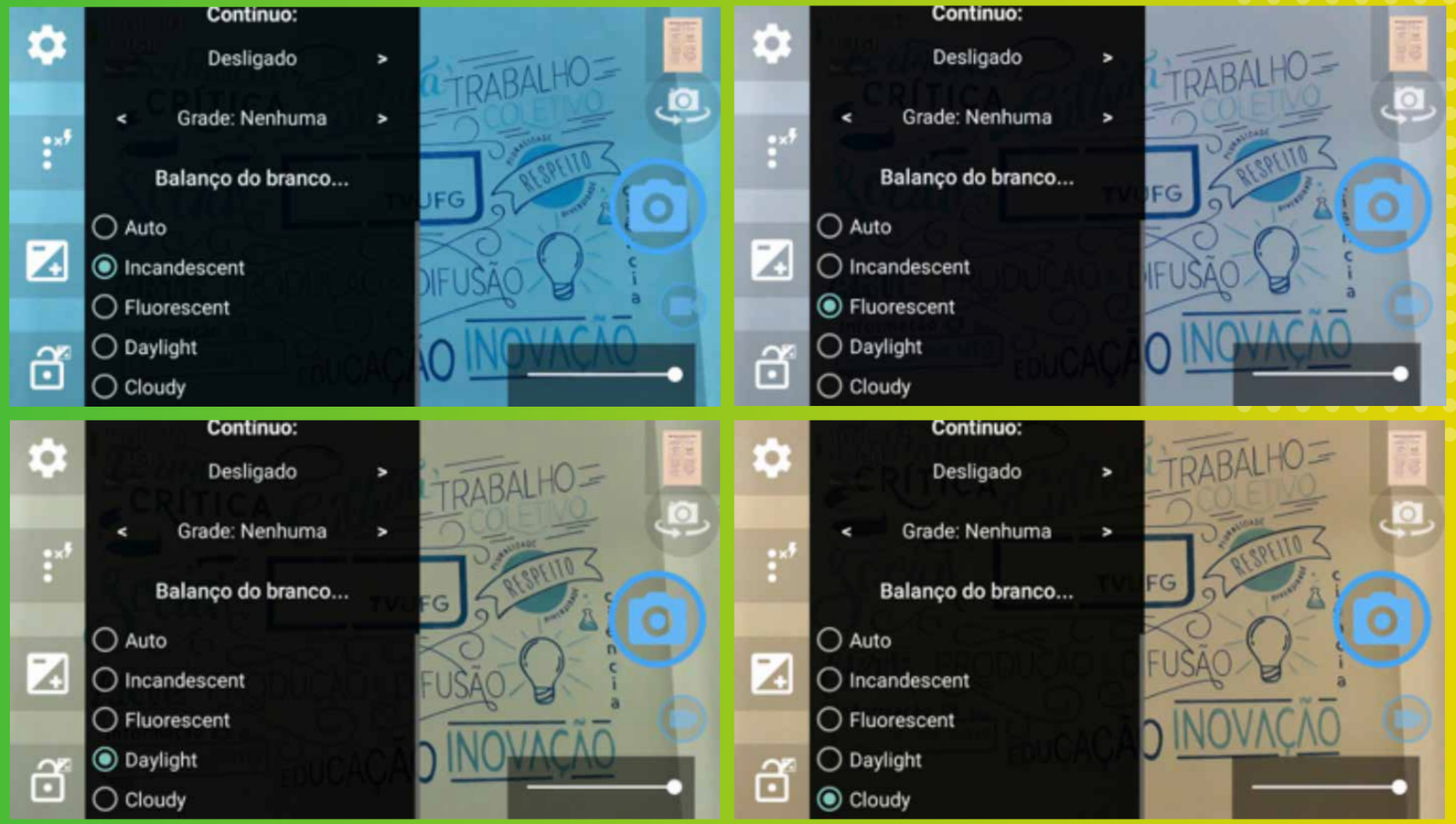
Foto: Matheus Carol

BALANÇO DE BRANCO

Cada tipo de iluminação possui uma temperatura de cor específica que define se a cena será mais fria (azulada) ou mais quente (avermelhada). Escolha a opção capaz de realizar o registro mais fiel da cor que você percebe a olho nu.

A cor que a câmera registra vai depender se o ambiente está sendo iluminado por uma luz incandescente ou fluorescente, pela luz do sol ou e o dia está nublado.

Ao lado um comparativo entre as opções em um mesmo ambiente interno com luz do dia entrando pela janela. **Nunca deixe o BALANÇO DE BRANCO no modo automático**.



Agora vamos voltar à tela principal do aplicativo.

Nela vemos um ícone com os sinais de **+** e **–** que representa o **CONTROLE DE LUMINOSIDADE**. Ao acioná-lo, abre-se uma janela cinza com números em cima e um botão de correr com o dedo em baixo.

Os números representam em ordem crescente a sensibilidade da câmera à luz, o ISO ou ASA. Quanto maior o número, significa que menos iluminação você precisa para realizar sua gravação. O problema é que isso faz com que a imagem perca qualidade e fique granulada.

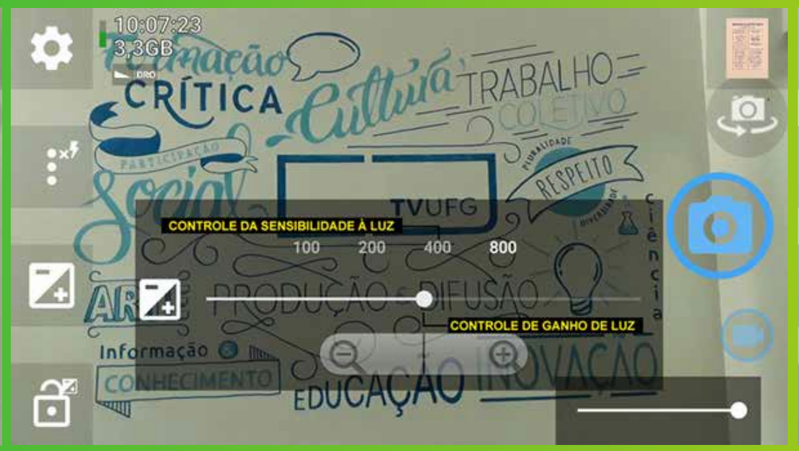
O ideal é utilizar em ambiente claro o ISO 100 ou ISO 200. Caso precise fazer uma cena em ambiente escuro, o ideal é utilizar o ISO 400 ou, no máximo, o ISO 800. Nesse caso, é importante ter alguma fonte de iluminação artificial para auxiliar na gravação, mesmo que seja a lanterna do celular.

Já com o botão de correr você pode dar mais ou menos ganho de luz em sua imagem. Isso serve tanto para diminuir a incidência de luz na cena quanto para aumentar a mesma.

O problema é que se você tiver que dar muito ganho de luz, a imagem ficará granulada e perderá qualidade. Nesse caso, também é importante ter alguma fonte de iluminação artificial para auxiliar na gravação.

Após regular a sensibilidade da câmera à luz e o ganho de luz, de acordo com as condições de iluminação do ambiente escolhido para a gravação, você deve sempre travar esses dois parâmetros acionando o ícone do cadeado com **+** e **-**. Quando acionado, o cadeado do ícone se fecha e muda sua cor para o vermelho.

Isso é muito importante para a qualidade da imagem, pois evita que durante a gravação haja variações na iluminação da cena devido a mudanças nas condições climáticas ou na iluminação.



Pronto! Seguindo todas essas dicas, temos certeza que você e seu grupo conseguirão melhorar a comunicação de seus projetos, levando ao conhecimento da sociedade os benefícios que as ações desenvolvidas promovem em prol das comunidades atendidas por meio das produções da **TV UFG**.

Para isso, basta seguir os passos que apresentamos aqui e enviar, por meio do nosso aplicativo, informações, sonoras e imagens da sua pesquisa, evento, ação de extensão e atividade cultural.

Teremos o maior prazer em divulgar e difundir trabalhos que promovam a cidadania, educação, ciência, artes, cultura, saúde, esporte e lazer em nossos programas e canais de comunicação.

Ajude-nos a devolver para a sociedade em forma de informação de qualidade os investimentos que a mesma faz em nossos projetos e em nossa Universidade.

Venha conosco nessa jornada!

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

LUHMANN, Niklas. **Introdução à Teoria dos Sistemas**. Tradução: Ana Cristina Arantes Nasser. 2a Edição – Petrópolis, RJ: Vozes, 2010, p. 412.

SOUSA, J. P. **Elementos de teoria e pesquisa da Comunicação e da Mídia**. 1a Edição. Florianópolis – SC: Letras Contemporâneas, 2004, p. 452.

THOMPSON, John. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 4ed. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 1998.

TVUFG

Fundação RTVE

/tvufg

tvufg.org.br

–

Prédio da Faculdade de Administração,
Ciências Contábeis e Ciências Econômicas - FACE, 3º andar
Campus Samambaia da UFG - 74609-900 - Goiânia/GO

Baixe o app da #tvufg

DISPONÍVEL NO Google Play

TVUFG