

EI GALERINHA DAS ARTES E DA CULTURA!

Conheça 8 ferramentas de streaming para criar suas lives

A frase "Oi galerinha do youtube!" tornou-se quase uma identidade dos *youtubers* que conversam, principalmente, com o público infantil e adolescente. Entre a infinidade de conteúdos disponibilizados pelas plataformas de vídeo e *streaming*, você acha de tudo: questões banais e questiúnculas à conteúdos superaprofundados e profissionais.

Criar produtos de qualidade para disponibilizar online, requer preparação e processo – como tudo aquilo que se dispõe a fazer. A vergonha, a timidez e o medo do julgamento dos outros, são, muitas vezes, barreiras que nós mesmos criamos, para não avançarmos com esses projetos online. No sentido de justificar nossa desistência, criamos inúmeras desculpas: "dá muito trabalho", "exige muito do meu tempo", "não estou preparado", "melhor deixar pra depois".

Mas e quando o mundo vira de cabeça pra baixo, te sacode pra sair uma ideia da sua cabeça e colocá-la, já, em prática?

É mais ou menos essa a sensação coletiva provocada pela atual crise global.

E aí, como fica o pequeno produtor cultural? O que você vai falar, fazer, gravar? Qual ferramenta é melhor pra você?

Bora lá!

Reviravolta: do *looping* ao *breaking*

Muita coisa mudou com o surto do coronavírus na China que começou em dezembro de 2019, espalhando-se para outros países e tornando-se uma pandemia, conforme declarou a Organização Mundial de Saúde (OMS), em março de 2020. Um vírus desconhecido que tem causado, há vários meses, uma mudança de comportamento em todas as relações humanas, uma vez que, a única forma eficaz de combate, até então, é o isolamento social.

Em Portugal, várias mídias referem-se a esse período de distanciamento social, como *O Grande Confinamento*. Talvez seja esse o termo que veremos impresso nas apostilas estudantis sobre este período histórico que vivenciamos e nos desafia a mudar nossa percepção e tipo de relação com tudo o que nos rodeia e afeta: a alimentação, o meio ambiente e seus ecossistemas, a higiene, o toque e o espaço entre as pessoas, o autocuidado, o amor, a empatia, os valores pessoais, as prioridades, o tempo, os propósitos de vida, os modelos de trabalho, a comunicação.



Vivemos uma crise econômica, cultural e social. Um colapso no sistema que obrigou a uma reinvenção para a sustentabilidade da vida e dos negócios. Essa dicotomia, em preservar a saúde humana mas também a atividade dos negócios, foi resolvida com uma migração e adaptação forçada para o ambiente digital.

Quem se mantinha no *looping*, ainda acomodado em fazer do mesmo jeito, se viu obrigado a quebrar uma rotina e dar início a um novo *modus operandi*.

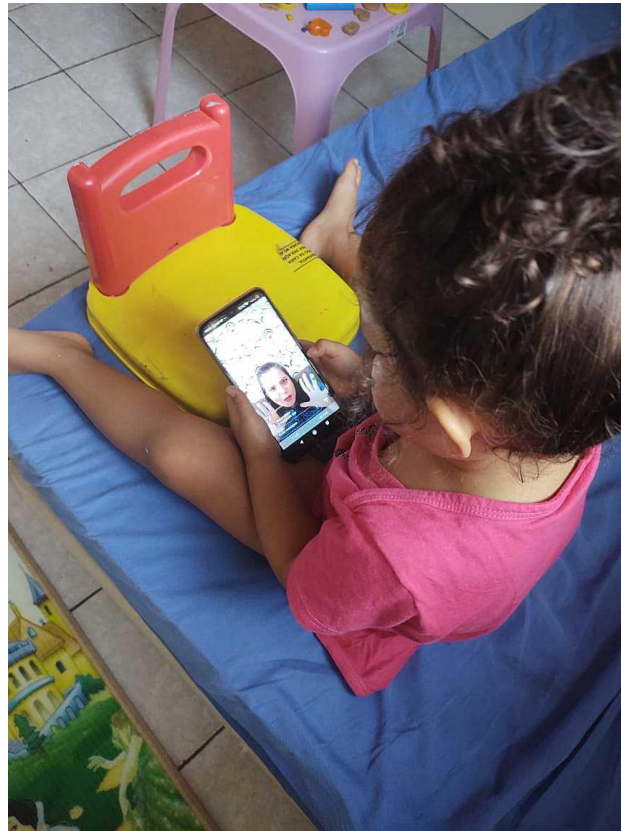
Este acontecimento, reafirma a importância de se manter atento às transformações que acontecem no mercado. É preciso desapegar de velhos processos e dar lugar ao novo, à soluções mais eficientes para a demanda social, que se transforma ao longo dos anos – na forma de pensar, vestir e se comportar.

A saúde empresarial exige uma postura dinâmica e flexível de seus líderes e gestores que precisam resetar as suas crenças, interagir com pessoas de todas as idades, estimular o debate, diferentes pontos de vista e críticas construtivas. É imprescindível manterem-se atualizados e conscientes da necessidade de adaptação e modernização para se manterem presentes.

Se você tem o hábito de acessar as mídias sociais e está presente no instagram, deve ter percebido um alto volume de *lives* sendo realizadas por amigos, profissionais das diversas áreas e instituições em geral. O objetivo em comum de todos ali: se relacionar, compartilhar algum conteúdo, transmitir uma informação, se promover como especialista em algum assunto.

Para além disso, as plataformas de *streaming* tiveram um destaque maior, tendo em vista a alta procura para realizar shows de música, contação de histórias, aulas dos mais variados temas, desfiles de moda, webinars, talks, reuniões de equipes e até atendimentos e consultas médicas.





Luíza, de 2 anos e 7 meses, acompanhando a contação de história online pelo celular, da contadora Camila Genaro / Foto: Arquivo Pessoal

Algo que devemos ver nos próximos meses é o lançamento de novas funcionalidades nas mídias sociais, experiência de venda que é uma febre nacional na China, sendo responsável por um faturamento cada vez mais relevante para a economia, as chamadas *lives commerce*. Na China, a estimativa de movimentação econômica para 2020, com a venda de produtos por *streaming* e ao vivo, é de mais de 123 bilhões de dólares, mais que o dobro do valor registrado em 2019 – US\$ 60 bilhões.

Já se prepare para aderir/testar esta novidade quando lançada. Será uma boa oportunidade para venda de ingressos para eventos e de produtos manuais, livros, cursos e obras de arte, por exemplo.

Live streaming: o que é?

O termo *live*, se fizermos uma tradução literal do inglês, significa "viver". É, um termo amplamente utilizado no meio televisivo e radiofônico para indicar que um programa está "ao vivo", "no ar", sendo transmitido em tempo real, simultaneamente enquanto ocorre.

Streaming, por sua vez, significa "transmissão". Refere-se a uma forma de distribuição digital através da computação em nuvem (*cloud computing*) que



reproduz os dados instantaneamente utilizando a banda larga dos dispositivos conectados. Não é, portanto, considerado um arquivo multimídia, o qual geralmente fazemos *download* para um aparelho ou computador. Daí a importância essencial da qualidade e velocidade da internet dos dispositivos do emissor e do receptor. Nesse caso, uma perda de conexão vai afetar a qualidade de transmissão, gerando falhas e interrupções,

Essa tecnologia flexibilizou o consumo de conteúdo pois permitiu ao usuário ter acesso a uma série de conteúdos quando e onde desejar, através de um aparelho conectado na internet. Netflix e GloboPlay, Spotify e Deezer, são alguns exemplos de empresas que distribuem vídeos (filmes, séries, animações e documentários) e áudios (músicas e podcasts), respectivamente.

Live streaming é, então, uma transmissão ao vivo de dados em áudio ou em vídeo.

No contexto digital, esta funcionalidade está incorporada em diversas mídias sociais, como no Instagram, Facebook, YouTube, Twitter e TikTok, que possibilita ao usuário realizar uma transmissão ao vivo a partir do seu perfil. Quem assiste, consegue, na maioria dessas plataformas, interagir através de comentários de texto e emoticons e ainda deixar curtidas,

Artistas de todo o mundo se aproveitaram desse recurso para realizarem shows digitais, sendo uma forma interessante de entretenimento para o público durante o período de isolamento.

Optar por realizar uma transmissão ao vivo é interessante para gerar mais proximidade com o público, criar mais intimidade e vínculo humano. Com um conteúdo alinhado com o perfil do seu público, é possível gerar mais engajamento, ampliando a captação de seguidores para a conta, além é claro, de reforçar a sua imagem como referência em algum tema.

Pontos positivos e negativos do Live Streaming

Positivos	Negativos
Comunicação direta e clara: permite aprofundar em temas complicados demais para explicar por outros formatos.	Riscos de interrupção: a perda de conexão do emissor ou receptor, interfere na transmissão.
Permite mais intimidade: quem acompanha, se sente incluído no evento, principalmente pela possibilidade de interação com os organizadores. Cria-se uma relação mais humanizada.	Despreparo do apresentador: a falta de postura, gestão das emoções, criatividade e "timing" para lidar com imprevistos, pode gerar desconforto e estranhamento



	por parte do público, gerando aí, um efeito contrário e negativo.
Conquista de leads: inserido numa estratégia de marketing digital, é uma ação pontual para converter espectadores em leads, ou seja, conseguir o contato dessas pessoas.	Má qualidade de equipamentos: além de uma conexão com a internet ruim, aparelhos e câmeras com baixa resolução, tripés desnivelados, etc... prejudicam uma transmissão de qualidade.
Amplia o alcance de um evento físico, aumentando também a visibilidade do evento em si e de marcas parceiras.	

Você percebe outros pontos positivos ou negativos? Deixe sua opinião nos comentários. :)

Luz, smartphone e ação: boas práticas para uma boa live

O ponto de partida, é você criar um planejamento geral e responder àquelas perguntas essenciais que sempre guiam nossos caminhos e nossas escolhas: 3QCPO. Esta sigla me acompanha desde as aulas de português e redação na escola. Você deve responder:

O quê? • No que consiste o seu trabalho, o seu conteúdo? Qual a linguagem de exposição - verbal, corporal, sonora - e o tema central?

Quem? • Quais são as pessoas envolvidas? Quem faz, quem participa, qual o perfil e os hábitos de quem assiste?

Quando? • Qual é a programação? Dias, horários, duração;

Como? • Como vai se realizar este projeto? Quais os recursos, financeiros e de material, serão utilizados? Será uma interação física ou virtual? E também, como as pessoas podem participar?

Por quê? • Esse seu trabalho existe porquê? O que ele pretende resolver, discutir, abordar? Por qual motivo, para qual propósito?

Onde? • Será um evento presencial ou virtual? Qual o endereço?

As possibilidades são muitas e específicas para cada área de atuação. As ideias abaixo podem te ajudar num *insight* para definir o "o quê" do seu projeto:



- apresentar o processo de criação de uma obra;
- dialogar com o público interessado em aprender/exercitar uma técnica;
- compartilhar curiosidades e temas que circundam o universo da linguagem de arte que se trabalha;
- promover cursos e workshops;
- criar exposições e apresentações de obras, festivais, pocket shows;
- realizar entrevistas, talks e bate-papos virtuais
- dar aulas;

Com essas informações escritas e claras, é importante definir ainda se você pretende monetizar seu conteúdo, ou seja, obter um retorno financeiro a partir das plataformas. Geralmente a monetização acontece a partir do número de "visualizações", referencial que ajuda a indicar se o conteúdo está sendo relevante e interessante para as pessoas.

Antes de cada transmissão, prepare um roteiro. Crie o seu próprio modelo de roteiro, de acordo com o formato que seja mais funcional para você. O objetivo principal é que ele sirva como um guia para orientar a exposição do seu conteúdo para te ajudar a lembrar de tudo o que é importante apresentar. Existem alguns aplicativos disponíveis para smartphone que funcionam como um teleprompter - te ajudam a falar para a câmera mantendo o contato visual para assegurar uma fala precisa e assertiva. [Veja aqui, uma opção grátis para IOS.](#)

Algumas dicas:

- dê preferência a equipamentos de qualidade;
- foque na sua *persona*;
- defina o nome da série e dos demais episódios;
- divulgue em vários canais, com chamadas específicas para as suas *personas*;
- use #hashtags estratégicas
- certifique-se de que o local de transmissão não tenha ruídos que prejudiquem a comunicação;
- incentive a participação do público;
- monitore e registre os dados para mensuração constante.



Ferramentas: *no screaming, yes streaming!*

Sim, a tarefa de escolher a melhor ferramenta para atender ao formato de exposição do seu trabalho/conteúdo e aos seus objetivos é um desafio. Pode sim, gerar uma desorientação inicial visto a variedade de opções e funcionalidades que cada uma oferece.



Não descabele! Imagem do gif de @originals

O que vai te ajudar nesta tarefa é o seu planejamento. Esteja com os seus objetivos muito bem definidos pois assim você aumentará muito as chances de optar pela ferramenta ideal. Eu vou te ajudar um poquinho com essa parte, te apresentando detalhes de 8 plataformas e uma lista com outras 14 opções.

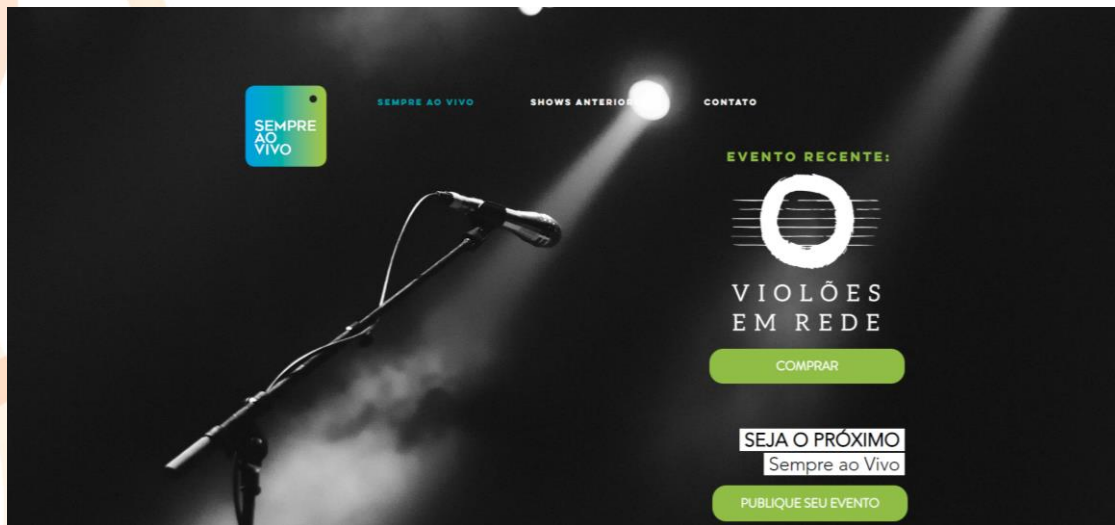
A seleção abaixo é resultado de um apunhado de recursos pesquisados na internet na primeira semana de agosto de 2020. A descrição de cada um se baseia em informações disponibilizadas pelas próprias empresas e também em *reviews* e não expressam minha opinião pessoal.

1. [Sempre ao Vivo](#)

Plataforma de streaming **brasileira** onde você **cria, transmite seu evento ao vivo e** interaje com o público via **chat**. É possível ser **remunerado pela audiência através da venda de ingressos ou doações** e fazer todo o controle de **gestão** por ela através dos **relatórios**. Os profissionais prestam **assessoria e suporte aos eventos**. Uma funcionalidade interessante, é que oferece suporte para o **AirPlay** e **ChromeCast**, o que torna possível assistir aos vídeos pela TV. Em contato por e-mail, perguntei sobre como é feito o pagamento



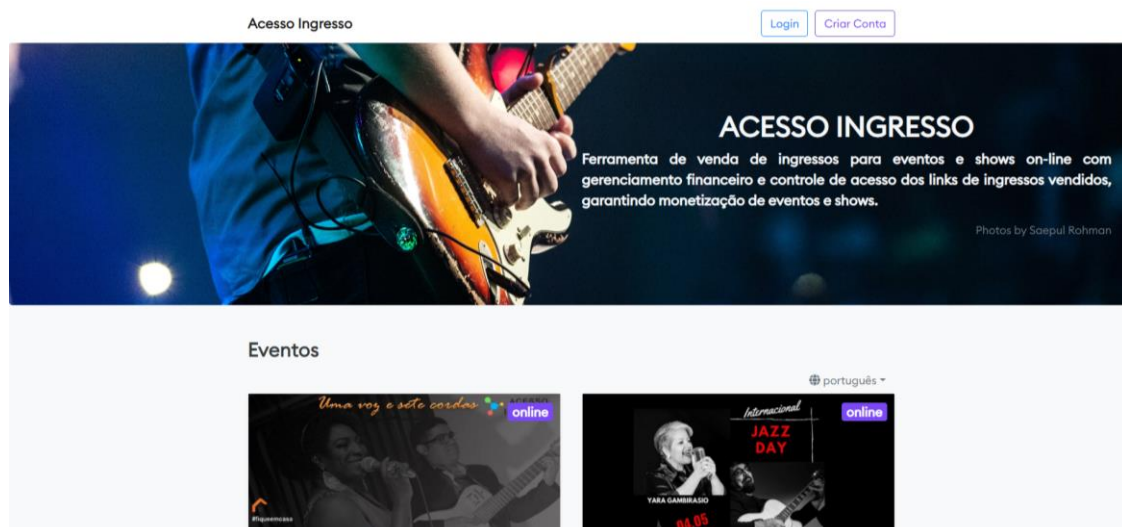
pelo uso da plataforma. Até a data de publicação deste texto, não recebi mais detalhes.



Página principal do site Sempre ao Vivo.

2. [Acesso Ingresso](#)

Ferramenta **brasileira** de venda de ingressos para eventos e shows on-line com **gerenciamento financeiro** e controle de acesso dos links de ingressos. O site não oferece informações mais detalhadas sobre porcentagens, comissões ou planos de adesão.

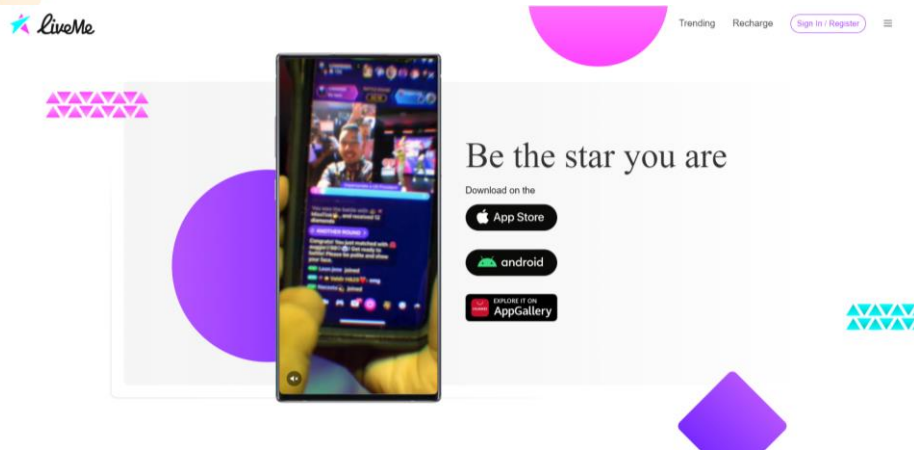


Página principal do site Acesso Ingresso



3. [LiveMe](#)

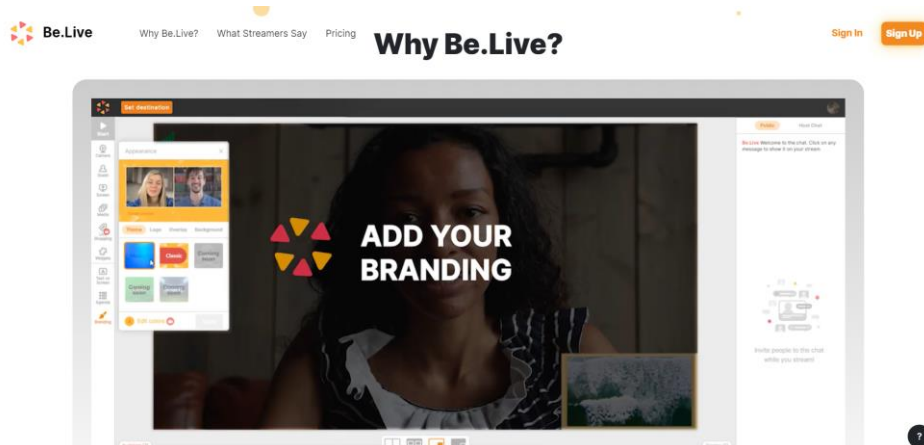
Plataforma já mais estabelecida no mercado e bastante popular, **presente em 85 países com suporte a 9 línguas, inclusive o português**. Disponível em IOS e Android, possui **mais de 60 milhões de usuários**, 80% deles dos Estados Unidos. Diferentes artistas e criadores utilizam a plataforma, como músicos, cantores, atores, DJs, contadores de história e comediantes, que conseguem **monetizar** através de seus shows e performances.



Página principal do site LiveMe

4. [Be Live](#)

Plataforma bem **completa em funcionalidades e em informações disponíveis já no site sobre planos e valores** – o que ao meu ver, facilita muito o processo de decisão de compra. Você consegue **personalizar a tela com cores e sua logo**, com controle de mudança de telas entre os participantes. É **multicasting**, ou seja, você consegue, através de uma configuração, transmitir simultaneamente no youtube e facebook, por exemplo. Oferece os planos free (com marca d'água), standart (\$25/mês) e pro (\$37,50/mês). Oferece, ainda, um **guia gratuito** para streamers iniciantes.

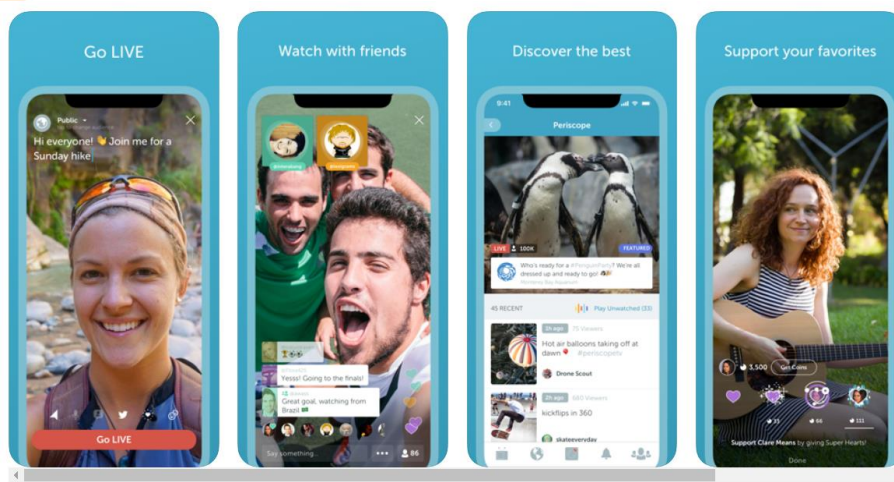


Página principal do site Live Me



5. Periscope

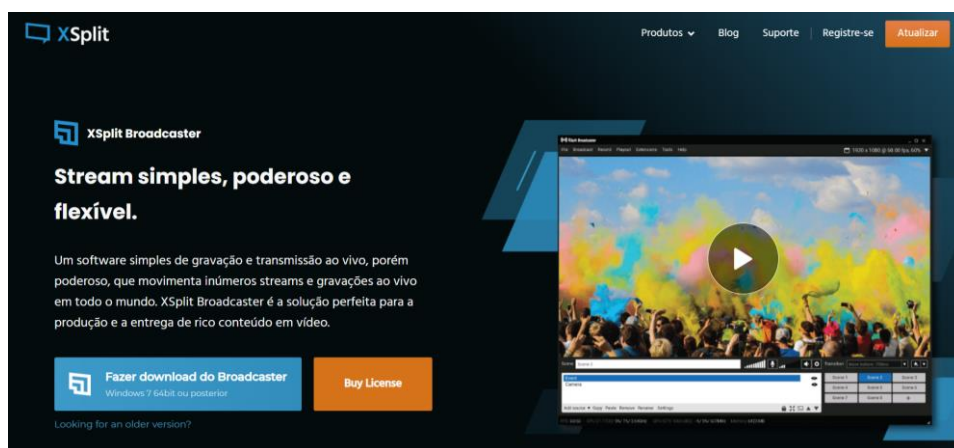
O formato da plataforma lembra a lógica de uma **rede social**. Nela, você pode seguir outros perfis e consegue ver em tempo real, num mapa ilustrado do mundo, as transmissões ao vivo disponíveis para você. O periscope foi adquirido pelo twitter em 2005 e por isso, ao linkar a sua conta do twitter, ao iniciar uma transmissão, o link é publicado no seu perfil. As pessoas interagem pelo chat e com “curtidas” e ao final da transmissão você tem acesso a um relatório com estatísticas de acesso.



Telas do aplicativo. Disponível para Android e IOS

6. Xsplit BroadCaster

É um **software para sistemas windows** que você baixa no computador para realizar gravação e transmissão ao vivo. Com a funcionalidade do “quadro branco” você adiciona informações em texto que aparecem em tempo real em forma de “**lettering**” no vídeo. É **multicasting**, com **alta qualidade de som e imagem**. Preços a partir de \$2,50/mês.



Página principal do site Xsplit BroadCaster



7. [Live Social](#)

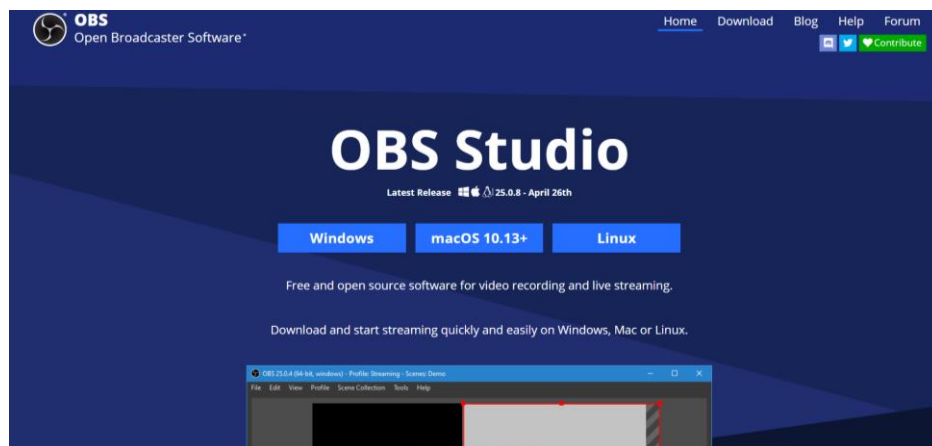
O foco desta ferramenta é o **multicasting**. Considerando que o público está pulverizado em diferentes mídias sociais, esta ferramenta visa ampliar o alcance da transmissão ao vivo, simultaneamente, através das contas e perfis nas redes sociais: **facebook, linkedin, twitter, instagram, twitch e youtube**. É uma ferramenta **brasileira** com mais de 100 milhões de usuários. Oferece planos trimestrais a partir de R\$299,70 e planos anuais a partir de R\$1090,80.



Página principal do site Live Social

8. [OBS Studio](#)

Software aberto de broadcasting, de referência e completo para lives profissionais realizadas a partir de um computador. Devido ao volume de funcionalidades, exige um período maior de aprendizado, se comparado a outras plataformas. É possível **adicionar legendas, vinhetas e sincronizar com as redes sociais**, para transmissão simultânea. É **gratuito**, disponível para windows, mac e linux.



Página principal do site OBS Studio



Conheça ainda mais ferramentas de streaming ou que oferecem esta funcionalidade de transmissão ao vivo integrada:

Redes Sociais:

[Skype](#)

[Youtube](#)

[Facebook](#)

[Google meet](#)

Plataformas de streaming:

[Zoom](#)

[Cisco](#)

[LiveStream Studio](#)

[StreamLabs](#)

[Ciclano](#)

[TeleStream](#)

[Liveleap](#)

[Crowdcast](#)

[StreamYard](#)

[Castr.io](#)

Referências

Ferramentas para Live Streaming: [Videopedia](#) e [Hits Perdidos](#).

Live Streaming: [Rock Content](#)

Lives Commerce na China: [Tilt](#)

