

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
CÂMPUS DE CURITIBA
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE DESENHO INDUSTRIAL
CURSO DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

ANA CAROLINA BARONI

1101870

CINTHIA DURIGAN

1101900

GABRIELA MAISTROVICZ

1101935

**STOP-MOTION: POEMA EU, ETIQUETA; UMA REFLEXÃO SOBRE O
CONSUMISMO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURITIBA

2014

ANA CAROLINA BARONI

1101870

CINTHIA DURIGAN

1101900

GABRIELA MAISTROVICZ

1101935

**STOP-MOTION: POEMA EU, ETIQUETA; UMA REFLEXÃO SOBRE O
CONSUMISMO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à disciplina de Trabalho de Diplomação, do curso superior de Tecnologia em Design Gráfico do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial da Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Orientador: Prof^a. MSc. Ivone Terezinha de Castro

CURITIBA

2014

TERMO DE APROVAÇÃO

TRABALHO DE DIPLOMAÇÃO Nº 576

STOP-MOTION: POEMA EU, ETIQUETA; UMA REFLEXÃO SOBRE O CONSUMISMO

por

**ANA CAROLINA BARONI, CINTHIA DURIGAN,
GABRIELA MAISTROVICZ**

Trabalho de Diplomação apresentado no dia 10 de Fevereiro de 2014, como requisito parcial para a obtenção do título de TECNÓLOGO EM DESIGN GRÁFICO, do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico, do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. O(s) aluno(s) foi (foram) arguido(s) pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo, que após deliberação, consideraram o trabalho aprovado.

Banca Examinadora:

Prof. MSc. Marcos Varassin Arantes
DADIN - UTFPR

Prof. Dr. Luciano Henrique Ferreira da Silva
DADIN - UTFPR

Prof(a). MSc. Ivone Terezinha de Castro
Orientador(a)
DADIN – UTFPR

Prof(a). MSc. Josiane Lazaroto Riva
Professora Responsável pela Disciplina de TD
DADIN – UTFPR

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

AGRADECIMENTOS

Este projeto não teria sido finalizado se não tivéssemos contado com a ajuda de nossos familiares, amigos, namorados, fornecedores e professores, que estiveram sempre presentes, nos incentivando e ajudando.

Aos pais, por cederem espaço nas suas casas para que os encontros semanais pudessem ser realizados; pelas palavras de conforto e estímulo; e pela colaboração com caronas de volta para casa, após as noites de trabalho. E mais do que isso: Nosso muito obrigada por nos permitirem estudar e chegar até onde chegamos. Se hoje somos profissionais encaminhadas no mercado de trabalho, foi pela base que nos deram. Obrigada pelo investimento, amor e doação ao longo de toda a nossa caminhada.

Aos irmãos, que nos ajudaram ao longo de todo este ano, sendo nossa base emocional. Obrigada pela ajuda na realização da monografia, mas acima de tudo, obrigada pelo carinho, dedicação e amizade.

Aos namorados, por toda a compreensão e apoio, especialmente ao Gustavo Ricardo dos Santos, namorado da Gabriela, que se tornou o ator da animação. Nosso muito obrigada pelo esforço, paciência e dedicação. Sabemos o quão difícil foi atuar, sem ser ator, e estamos muito satisfeitas com o resultado. Sua ajuda foi fundamental para alcançarmos um resultado satisfatório da animação, e sua atuação agregou muito valor ao nosso projeto.

Agradecemos aos fornecedores, que nos possibilitaram a criação do cenário em miniatura, desde a sua estrutura até a decoração e acabamento.

Por fim, agradecemos aos professores que estiveram ao nosso lado ao longo deste ano de trabalho. Ao Marcos Varassin Arantes, nosso agradecimento pela consultoria informal e troca de ideias, sua ajuda foi muito importante para nosso direcionamento ao longo da construção da parte técnica. Agradecemos também, em especial, nossa orientadora Ivone Terezinha de Castro, por ter aceitado nos orientar e fazer sempre o seu melhor, nos ajudando a concretizar este projeto. Sua disponibilidade para esclarecer nossas dúvidas em qualquer momento, foi fundamental para o satisfatório desenvolvimento do projeto. Vocês se tornaram nossos exemplos para a vida profissional.

RESUMO

BARONI, Ana Carolina; DURIGAN, Cinthia; MAISTROVICZ, Gabriela. Stop-motion: poema Eu, etiqueta, uma reflexão sobre o consumismo. 2014. 86 f. Trabalho de Diplomação (Tecnologia em Design Gráfico) – Curso de Graduação, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2014.

Este trabalho refere-se à criação de uma animação em *stop-motion* que confere conteúdo reflexivo acerca do consumismo e construção da identidade do indivíduo. Utilizou-se o poema “Eu, etiqueta” de Carlos Drummond de Andrade como base para o enredo e referência visual de objetos de consumo. Portanto, foi necessário realizar uma breve pesquisa sobre vida e obra do autor, assim como um levantamento histórico a respeito do tema consumismo, e também sobre a técnica de animação em *stop-motion*, passando por seus conceitos. As etapas do projeto, que englobam a roteirização, *storyboard*, produção fotográfica, edição, entre outras, foram definidas a partir de uma metodologia, a qual foi descrita e explicada no decorrer do trabalho. A veiculação do produto final realizou-se por meio da internet e redes sociais, como facebook, youtube e vimeo, a fim de tornar pública a visualização da animação, e principalmente alcançar o público-alvo definido.

Palavras-chave: Animação. *Stop-motion*. Consumismo. Identidade.

ABSTRACT

BARONI, Ana Carolina; DURIGAN, Cinthia; MAISTROVICZ, Gabriela. Stop-motion: Eu, etiqueta poem, a reflection about the consumerism. 2014. 86 f. Trabalho de Diplomação (Tecnologia em Design Gráfico) – Curso de Graduação, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2014.

This project refers to the creation of a stop-motion animation, which gives reflective content about consumerism and construction of the individual identity. The poem "Eu, etiqueta" by Carlos Drummond de Andrade was used as the basis for the plot and visual reference of objects of consumption. It was necessary, therefore, to conduct a brief survey of the author's life and work, as well as a historical survey about the consumerism, and also about the technique of stop-motion animation, through its concepts. The project's steps, which include the routing, storyboard, photo production, editing, among others, were defined from a methodology that has been described and explained in this work. Social networks as facebook, youtube and vimeo made the placement of the final product, in order to make public the animation preview, and mostly reach the defined target audience.

Keywords: Animation. Stop-motion. Consumerism. Identity.

LISTA DE IMAGENS

Figura 1 – Fotografia sequencial Eadweard Muybridge	21
Figura 2 – Cena do filme <i>The Tale of the Fox</i> (<i>Le Roman The Renard</i> , 1930).....	23
Figura 3 – Cartaz publicitário (<i>King Kong</i> , 1933, Willis O'Brien).....	23
Figura 4 – Cena do filme <i>O Estranho Mundo de Jack</i> (Tim Burton, 1993)	24
Figura 5 – Sequência de imagens com a evolução dos quadros. Propaganda.....	25
natalina da Cityco 2009, dirigido por Barry Purves.....	25
Figura 6 – Trecho do roteiro	34
Figura 7 – Quadros <i>Storyboard</i>	35
Figura 8 – Cena da animação “ <i>Sweet Dreams</i> ”	37
Figura 9 – Cenas da animação “ <i>A Casa é Sua</i> ”	37
Figura 10 – Cena do clip “ <i>The Scientist</i> ”	37
Figura 11 – Referência visual do cenário	38
Figura 12 – Referência visual do cenário	39
Figura 13 – Cena do seriado “ <i>Pretty Little Liars</i> ”	41
Figura 14 – Boneco articulado de madeira.....	42
Figura 15 – Boneco marionete	44
Figura 16 – Ator.....	45
Figura 17 – Objetos do cenário	46
Figura 18 – Vistas do cenário.....	47
Figura 19 – Pintura das paredes do cenário	48
Figura 20 – Pintura dos móveis do cenário	48
Figura 21 – Aplicação do adesivo no chão do cenário	49
Figura 22 – Cenário finalizado, vista superior	50
Figura 23 – Objetos sendo fixados aos móveis.....	50
Figura 24 – Vista do cenário com paredes removidas	51
Figura 25 – Cenário externo.....	52
Figura 26 – Sequência de imagens de uma das cenas.....	55
Figura 27 – Processo de captura de imagens	57
Figura 28 – Iluminação da janela	59
Figura 29 – Uso de rebatedor durante a produção fotográfica	59
Figura 30 – Cena do filme “ <i>O Iluminado</i> ”	61
Figura 31 – Gênero	63
Figura 32 – Idade	64
Figura 33 – Renda.....	64
Figura 34 – Personagem e Abordagem do tema.....	64
Figura 35 – Reflexão	65

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	OBJETIVO GERAL	10
1.2	JUSTIFICATIVA	10
1.3	METODOLOGIA	11
1.3.1	Pesquisa	11
1.3.2	Execução	12
1.3.3	Finalização	12
2	CONSUMISMO	13
2.1	A ECONOMIA DE MERCADO E CAPITALISMO	13
2.2	CULTURA DE CONSUMO E IDENTIDADE	15
3	POEMA E AUTOR	17
4	O STOP-MOTION	20
4.1	CONCEITO	20
4.2	HISTÓRICO	20
4.3	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO STOP-MOTION	24
5	DA TEORIA À PRÁTICA - CRIAÇÃO DE UM STOP-MOTION	28
5.1	PÚBLICO-ALVO	28
5.2	ENREDO	29
5.3	ROTEIRIZAÇÃO	30
5.4	STORYBOARD	34
5.5	LINGUAGEM VISUAL	36
5.6	CONSTRUÇÃO DO PERSONAGEM	41
5.7	MONTANDO O CENÁRIO	45
5.8	ESCOLHA DE SONS	52
5.9	PRODUÇÃO FOTOGRÁFICA	54
5.9.1	Iluminação	58
5.10	PÓS-PRODUÇÃO	60
5.10.1	Edição de Imagem	60
5.10.2	Edição de Vídeo	61
5.11	DIVULGAÇÃO	62
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	66
	REFERÊNCIAS	68
	APÊNDICE A - Roteiro	71
	APÊNDICE B - Storyboard	79
	APÊNDICE C - Questionário	85
	APÊNDICE D - CD Stop-motion	86

1 INTRODUÇÃO

A elaboração do trabalho, relatado a seguir, tem como finalidade promover uma reflexão sobre a temática do poema “Eu, etiqueta”, do escritor brasileiro Carlos Drummond de Andrade, a respeito da influência do consumismo na construção da identidade.

A técnica de animação em *stop-motion* foi utilizada como forma de expressão artística para a finalização do projeto, pois, aliada à observação de seu potencial enquanto ferramenta atrativa para divulgação em plataformas virtuais tais como redes sociais, foi a maior ponte para atingir o público-alvo, que compreende jovens na faixa etária dos 20 aos 30 anos.

Primeiramente será realizado um estudo teórico a respeito do tema consumismo e construção da identidade a partir do consumo de objetos. Além disso, nesta primeira parte do projeto serão aprimorados os conhecimentos sobre vida e obra do autor do poema, a partir de uma breve pesquisa a respeito de Carlos Drummond de Andrade e sua obra. Para finalizar este capítulo inicial, será desenvolvido um estudo a respeito da técnica, histórico e conceitos da animação em *stop-motion*, e todas as etapas que compreendem a sua execução.

Posteriormente o projeto será descrito passo a passo, abordando desde a pesquisa a respeito do público-alvo, até a sua divulgação e validação por meio da aplicação de um questionário. Na etapa do público alvo é feito um estudo sobre como os jovens se comportam atualmente e com o que se identificam. Essas informações são relevantes para o desenvolvimento de um enredo que possa despertar o interesse do público-alvo.

No capítulo seguinte é possível entender um pouco mais sobre a elaboração de um roteiro, ferramenta utilizada para transformar o enredo em uma estrutura cinematográfica, e então, ser transformado em um *storyboard*. Essas ferramentas são fundamentais para viabilizar a continuidade do processo.

Outras etapas abordadas na sequência do projeto serão a linguagem visual, construção do personagem e montagem do cenário. Dando continuidade, será tratado sobre a produção fotográfica e demais etapas que compreendem o projeto. Dessa maneira o projeto ganhará forma a partir da pós-produção, na qual o vídeo será finalizado e devidamente divulgado na internet e redes sociais.

1.1 OBJETIVO GERAL

Este trabalho tem como objetivo o desenvolvimento de um *stop-motion*¹ para proporcionar uma reflexão sobre o assunto abordado pelo poema “Eu, etiqueta”, o consumismo – focando, principalmente, no vestuário –, bem como sobre a construção da identidade a partir do consumo de objetos. O poema foi utilizado como base para a roteirização, tendo em vista atingir o público jovem da faixa etária dos 20 aos 30 anos, e fazer um paralelo com o processo de construção da identidade dos jovens atuais.

1.2 JUSTIFICATIVA

Este projeto foi elaborado com cunho social e político, e os conhecimentos da área de design foram fundamentais para possibilitar o desenvolvimento da animação como produto final, viabilizando, assim, a comunicação direta com o público-alvo. A animação, ao ser publicada na internet e redes sociais, possibilita a reflexão das pessoas a respeito da influência do consumismo na sociedade e na construção da identidade do sujeito.

A obra “Eu, etiqueta” foi escolhida por se tratar deste tema, além de possuir vários elementos gráficos capazes de serem representados em seu produto final.

¹ *Stop-motion* é a técnica de criar a ilusão de movimento ou desempenho por meio da gravação, quadro a quadro, da manipulação de um objeto sólido, boneco ou imagem de recorte em um cenário físico espacial (PURVES, 2011, p. 6).

1.3 METODOLOGIA

O desenvolvimento deste projeto foi dividido em três grandes etapas, seguindo a metodologia de Priebe (2007). Primeiramente foi realizada uma pesquisa a respeito de todos os conteúdos a serem estudados para o melhor desenvolvimento do trabalho, tais como: o autor, o consumismo, o público alvo e a técnica de *stop-motion*. Em um segundo momento, deu-se início à execução da animação em *stop-motion*, que será descrita passo a passo. Por fim, a finalização, que inclui a divulgação da animação final.

1.3.1 Pesquisa

A pesquisa compreende um breve estudo sobre a biografia do autor Carlos Drummond de Andrade e sua importância para a literatura brasileira, bem como o poema “Eu, etiqueta”, que se encontra na obra “Corpo” (1984).

Também, fez-se necessário o estudo a respeito do consumismo e a sua relação com a construção da identidade dos jovens atuais, para que seja possível proporcionar a reflexão sobre o tema.

A reflexão que se propõe realizar será destinada aos jovens da faixa etária dos 20 aos 30 anos. Por isso, a pesquisa sobre o público alvo é fundamental para desenvolver a melhor solução visual e definir a melhor forma de divulgação, a fim de atrair o público. Entretanto a animação estará disponível para a visualização de qualquer pessoa que tenha acesso à internet e se interessar pelo assunto abordado.

Por fim, a última pesquisa a ser realizada será um breve histórico sobre a técnica do *stop-motion*, como começou e por quem foi criada, qual o seu diferencial em relação aos outros tipos de animação, suas possibilidades e etapas do processo de animação.

1.3.2 Execução

Para a execução da técnica em *stop-motion*, é necessária uma metodologia para se obter sucesso no projeto. Essa metodologia serve como base para garantir que tudo ocorra da maneira esperada.

A metodologia que foi utilizada neste trabalho foi retirada dos livros de Priebe (2007) e Purves (2011), complementada com as especificidades do projeto. Ela seguiu as seguintes etapas: roteirização, linguagem visual, *storyboard*², construção dos personagens e cenários, sons, animação e pós- produção.

1.3.3 Finalização

Após o projeto finalizado foi necessário divulgar a animação para atingir o público-alvo. Para isso, optou-se por veicular a animação através da internet, especificamente por meio de redes sociais como facebook, youtube, e vimeo. Além disso, foi feita uma pesquisa através do uso de um questionário para validar a animação e saber se ela atingiu ou não o seu objetivo.

² *Storyboard* é a ferramenta de pré-visualização projetada para dar uma série de desenhos sequenciais adaptados do roteiro de filmagem, quadro a quadro, clique a clique. Eles são desenhos conceito, que iluminam e ampliam a narrativa do roteiro e permitem que toda a equipe de produção organize a complexa ação exigida pela escrita antes da filmagem real ser feita, para criar o acabamento correto para o filme (HART, 2007, p. 1). Texto traduzido do original em inglês do livro *The art of Storyboard - A filmmaker's introduction*.

2 CONSUMISMO

Para o melhor entendimento da proposta de uma maneira mais aprofundada, é importante fazer a contextualização histórica do capitalismo no qual o consumismo está diretamente inserido.

2.1 A ECONOMIA DE MERCADO E CAPITALISMO

De acordo com Paul Singer (1991), desde os primórdios, as sociedades já se organizavam economicamente com base no intercâmbio de mercadorias. A produção era toda voltada para consumo próprio e para o câmbio com os demais cidadãos. Os nobres não produziam por conta própria, mas tinham servos para executar essa função, e a sua produção mercantil era voltada para objetos de luxo.

Segundo Singer (1991) o Brasil, até o século XX, tinha amplo mercado de subsistência. O consumo das mercadorias em fazendas era limitado, reduzido a materiais não encontrados localmente. A economia de mercado localizava-se principalmente nas grandes cidades, porém ainda existia a produção para a sobrevivência.

Conforme descrito por Singer (1991) a vida das pessoas dependia em parte dos mercados, pois os cidadãos produziam para o auto consumo, e o trabalho remunerado ocasional já era o suficiente. Portanto, não se dava tanta importância ao dinheiro, o qual era utilizado para se adquirir bens de luxo e ostentação.

Singer (1991) ainda descreve que, em relação à produção do mercado, em grande parte artesanal, a concorrência era evitada para se estabelecer um valor justo à mercadoria. A produção e o número de trabalhadores eram controlados, para se priorizar a qualidade do produto. As inovações técnicas eram proibidas, assim como o lançamento de novos produtos, a fim de evitar a concorrência. O sistema corporativo valorizava a tradição e, portanto, resistia às mudanças e inovações, características da Idade Média.

Ainda segundo Singer (1991), a partir do século XV, a chegada das Grandes Navegações transforma a estrutura da economia de mercado mundial e como consequência, surge o capitalismo, apresentando uma índole diferente. Nesta época o mercado cresceu e os capitalistas investiram dinheiro nos artesãos para a

produção em massa, não apenas de produtos artesanais, mas também de especiarias, pois viram uma oportunidade de mercado que não era atendida.

De acordo com Singer (1991), no Brasil, o capitalismo surgiu com o pacto colonial, no final do século XVI, ou seja, com a vinda dos portugueses. A produção local foi proibida para que se favorecesse a importação vinda da Europa e assim o capital manufatureiro dominasse o mercado brasileiro.

As Grandes Navegações criaram um conflito entre Grã Bretanha e França, que disputavam o domínio das vias marítimas e os mercados coloniais. A vitória da Grã Bretanha possibilitou um maior desenvolvimento do capitalismo manufatureiro o que criou condições para impulsionar a Revolução Industrial.

O autor descreve que os capitalistas manufatureiros perceberam que se aumentassem a escala de produção podiam também aumentar a produtividade. Antes todos detinham o conhecimento de todos os processos, agora o capitalista manufatureiro percebeu que a divisão técnica do trabalho em etapas aumentava a produtividade. Com este método, foi possível reduzir os custos da produção barateando seus artigos e proporcionando maior competitividade com a produção doméstica.

Singer (1991) afirma que a Revolução Industrial impulsionou a dinamização da economia de mercado, que consiste na invenção de máquinas que realizam tarefas antes feitas manualmente. Portanto, a manufatura foi substituída pelas máquinas, e o trabalhador passou a ser necessário apenas para manuseá-las. O capital via vantagens inegáveis na utilização de máquinas, pois substituía o trabalho do homem de maneira uniforme e mais barata. Uma das consequências dessa mudança da economia de mercado foi o processo denominado êxodo rural, que fez com que as pessoas saíssem dos campos e deixassem de produzir para si próprias para trabalhar nas indústrias.

Neste contexto, o autor conclui, então, que foi a partir da Revolução Industrial que o capitalismo passou a fazer parte da economia de vários países, permitindo o progresso da ciência e o avanço das suas aplicações no aumento da produção, o que resultou na mudança do comportamento das pessoas com relação ao consumo.

2.2 CULTURA DE CONSUMO E IDENTIDADE

De acordo com McCracken (2003), as grandes transformações históricas ocorridas no Ocidente resultaram não somente na Revolução Industrial, como também uma "revolução do consumo". Tal revolução influenciou diretamente na alteração da cultura mundial da primeira modernidade e da modernidade, e refletiu nas mudanças de conceitos ocidentais em relação ao tempo, espaço, sociedade, indivíduo, família e Estado.

De acordo com Slater (2002) o consumo é em todo lugar um processo cultural, já a "cultura do consumo" esta associada a valores práticos e instituições que definem a modernidade ocidental como o individualismo e as relações de mercado.

Segundo Slater (2002), a cultura do consumo faz parte da construção do mundo moderno, e a cada década desde o século XVI ela é relançada de acordo com as novas gerações.

De acordo com Slater (2002), foi no Ocidente, a partir do século XVIII, que a cultura do consumo passou a fazer parte da afirmação ocidental que a diferenciava do resto do mundo como uma cultura moderna e crescente. Por trás dessa cultura, havia um pressuposto de dominação, no qual o Ocidente se via como o possuidor de valores de caráter universal.

O autor também afirma que a cultura do consumo não é a única forma de praticar o consumo e reproduzir a vida cotidiana, porém ela é certamente o modo dominante, pois a sua praticidade permite subordinar todas as outras maneiras de reprodução cultural. Por meio de suas características dominantes, essa cultura teve um alcance global e proporcionou o avanço das empresas, mercados e modo de vida ocidentais.

Outra referência relevante para compreensão do tema é a obra de Canclini (1995), que define o consumo como sendo, "[...] o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e o uso dos produtos". (CANCLINI, 1995, p. 53). Canclini (1995) afirma também que "consumir é participar de um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelos modos de usá-los." (CANCLINI, 1995, p. 53). Este ato de consumir e a necessidade das pessoas de estarem sempre na moda é um dos fatores que contribui para a formação da

identidade social dos indivíduos. Conforme descrito por Queluz (org) (2010), os consumidores se apropriam dos significados presentes nos produtos consumidos, formando assim a imagem que é transmitida do indivíduo para a sociedade, como se aquela realmente fosse sua. Esses consumidores são conscientes dos símbolos e significados que os produtos transmitem.

Ainda segundo Canclini (1995), o consumismo costuma ser associado, de forma corriqueira, a “gastos inúteis e compulsões irracionais”. O autor também afirma que o consumo vai além de realizar caprichos e gostos, ele está relacionado à apropriação dos significados dos produtos que se utiliza.

Slater (2002) cita a frase de Barbara Kruger: “Compro, logo existo.”, e faz uma reflexão sugerindo que as pessoas foram reduzidas a uma superficialidade em que só é possível constituir uma identidade a partir do consumo de objetos.

Portanto, com base nos conceitos citados pelos autores, foi possível entender melhor sobre a presença do consumismo na sociedade, bem como o comportamento das pessoas que o praticam. Neste contexto, foi possível construir um cenário de consumo para a animação e explorar vários elementos que auxiliaram a construção da identidade do personagem deste projeto.

3 POEMA E AUTOR

Devido ao objetivo do projeto, fez-se necessário realizar um breve estudo a respeito do autor do poema. Carlos Drummond de Andrade é brasileiro, nascido em 1902 em Itabira, Minas Gerais. Durante toda sua vida, dedicou-se à literatura.

“Poeta, contista e cronista, Drummond é considerado um dos maiores poetas da língua portuguesa e da literatura latino-americana. É respeitado por críticos nacionais e estrangeiros como um dos grandes poetas universais.” (FAVA, 2002).

Conforme citado por Antonio Roberto Fava (2002), com as palavras de Alcides Villaça, Professor da Unicamp e especialista em Drummond, a importância do poeta para a poesia brasileira:

"Está na altura a que ele elevou um discurso poético carregado, ao mesmo tempo, de reflexão inteligente e fortíssima sensibilidade, de tal modo que o leitor é envolvido por uma onda rítmica, onde belas imagens e iluminações do pensamento se dialetizam o tempo todo" (FAVA, 2002).

O poema “Eu, etiqueta” foi publicado no livro “Corpo” em 1984. Apesar de não ser uma obra recente, apresenta uma temática que está incorporada no cotidiano da sociedade atual. Para Villaça, “A poesia de Drummond tem um quê de universal, de algo que não envelhece. E assim, ele permanece vivo [...]” (FAVA, 2002).

Essa obra literária foi escolhida devido a sua riqueza de elementos visuais que podem ser explorados na animação, além de permitir um estudo social sobre o tema abordado no projeto.

Para um melhor entendimento da proposta, é fundamental fazer uma breve explicação sobre a temática do poema, que também foi utilizado como base para o roteiro da animação.

Eu, Etiqueta

Em minha calça está grudado um nome
que não é meu de batismo ou de cartório,
um nome... estranho.
Meu blusão traz lembrete de bebida
que jamais pus na boca, nesta vida.
Em minha camiseta, a marca de cigarro
que não fumo, até hoje não fumei.
Minhas meias falam de produto

que nunca experimentei
mas são comunicados a meus pés.
Meu tênis é proclama colorido
de alguma coisa não provada
por este provador de longa idade.
Meu lenço, meu relógio, meu chaveiro,
minha gravata e cinto e escova e pente,
meu copo, minha xícara,
minha toalha de banho e sabonete,
meu isso, meu aquilo,
desde a cabeça ao bico dos sapatos,
são mensagens,
letras falantes,
gritos visuais,
ordens de uso, abuso, reincidência,
costume, hábito, premência,
indispensabilidade,
e fazem de mim homem-anúncio itinerante,
escravo da matéria anunciada.
Estou, estou na moda.
É doce estar na moda, ainda que a moda
seja negar minha identidade,
troca-la por mil, açambarcando
todas as marcas registradas,
todos os logotipos do mercado.
Com que inocência demito-me de ser
eu que antes era e me sabia
tão diverso de outros, tão mim-mesmo,
ser pensante, sentinte e solidário
com outros seres diversos e conscientes
de sua humana, invencível condição.
Agora sou anúncio,
ora vulgar ora bizarro,
em língua nacional ou em qualquer língua
(qualquer, principalmente).
E nisto me comprazo, tiro glória
de minha anulação.
Não sou - vê lá - anúncio contratado.
Eu é que mimosamente pago
para anunciar, para vender
em bares festas praias pérgulas piscinas,
e bem à vista exibo esta etiqueta
global no corpo que desiste
de ser veste e sandália de uma essência
tão viva, independente,
que moda ou suborno algum a compromete.
Onde terei jogado fora
meu gosto e capacidade de escolher,
minhas idiosincrasias tão pessoais,
tão minhas que no rosto se espelhavam,
e cada gesto, cada olhar,
cada vinco da roupa
resumia uma estética?
Hoje sou costurado, sou tecido,
sou gravado de forma universal,
saio da estamperia, não de casa,
da vitrina me tiram, recolocam,
objeto pulsante mas objeto
que se oferece como signo de outros
objetos estáticos, tarifados.

Por me ostentar assim, tão orgulhoso
de ser não eu, mas artigo industrial,
peço que meu nome retifiquem.
Já não me convém o título de homem.
Meu nome novo é coisa.
Eu sou a coisa, coisamente.
(ANDRADE, 1984, p. 85-87).

A abordagem do poema “Eu, Etiqueta” está relacionada ao consumismo exacerbado da sociedade, na qual a identidade do indivíduo é fabricada através do uso de diversas marcas e produtos, que são expostos pelo usuário transformando o seu corpo em uma vitrine, conforme as próprias palavras do autor: “fazem de mim homem-anúncio itinerante” (ANDRADE, 1984, p. 85).

A identidade social das pessoas é constantemente influenciada pelos produtos e marcas que estas consomem, mesmo que isso signifique renunciar o seu próprio “eu”, como apontado no trecho do poema: “É doce estar na moda, ainda que a moda seja negar minha identidade” (ANDRADE, 1984, p. 85).

A escolha pelo poema se fez de forma intencional por se tratar do tema do projeto, além de possuir elementos textuais e visuais que inspiraram a construção do enredo.

4 O STOP-MOTION

Para dar início à parte prática deste projeto, fez-se necessário um estudo a fim de compreender melhor o que é a técnica *stop-motion* e, além disso, conhecer sua origem e desenvolvimento.

4.1 CONCEITO

Segundo Purves (2011), o *stop-motion* é uma técnica que permite criar a ilusão de movimento através da captura de imagens sequenciais, por meio da movimentação de um ou mais objetos sólidos dentro de um cenário físico.

Ainda segundo o autor, a definição de *stop-motion*, do mesmo modo, pode ser aplicada a outras técnicas de animação, pois o resultado final consiste em uma sequência de imagens fixas que, juntas, criam a ilusão de movimento contínuo. Ou seja, o movimento não é real, contudo, quando colocadas juntas, imagens parecidas são identificadas pelo cérebro criando a mágica da animação.

4.2 HISTÓRICO

De acordo com Gama e Sendra (2005), desde o tempo das cavernas o homem se preocupa em representar os movimentos. Era comum os acontecimentos serem pintados nas paredes das grutas, até que, com o tempo, a espécie evoluiu de pinturas rupestres à pinturas mais elaboradas, que, por sua vez, deram espaço a técnicas mais avançadas para então surgir a fotografia. Em seu imaginário, todo ser humano deseja ver suas criações (desenhos e pinturas) em movimento, desta forma, muitos foram aqueles que estudaram uma maneira de obter tal movimento.

Eadweard Muybridge foi pioneiro nos estudos fotográficos, autor da maior pesquisa de fotografia sequencial já realizada. Apesar de sua pesquisa não ser relacionada à animação, seu trabalho é até hoje utilizado como referência para diversos animadores. Na década de 1870, o fotógrafo desenvolveu uma pesquisa sobre fotos sequenciais, que mais tarde foi considerada a mais importante da história (GAMA; SENDRA, 2005).

Eadweard Muybridge fotografou o galope de um cavalo instalando 24 câmeras ao longo de uma pista de corrida. As câmeras estavam em intervalos regulares e eram acionadas por fios rompidos pela passagem do cavalo, isso desencadeava disparos sucessivos, produzindo 24 poses consecutivas. O objetivo desse experimento era provar que o cavalo tirava as quatro patas do chão em um determinado momento do galope (Figura 1 – Fotografia sequencial Eadweard Muybridge). A partir dessa descoberta, Muybridge dedicou o resto de sua vida à fotografia sequencial do movimento. (GAMA; SENDRA, 2005).

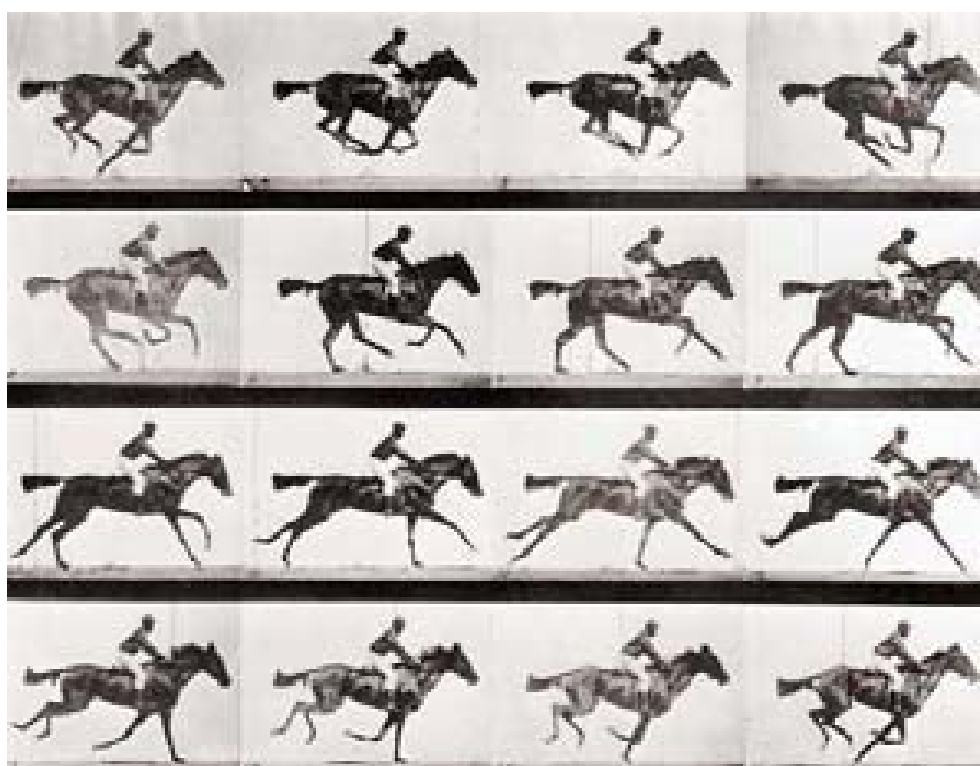


Figura 1 – Fotografia sequencial Eadweard Muybridge
Fonte: Paola Gama e Fernanda Sendra (2013, p. 02).

A partir da pesquisa de Muybridge, conforme falam Gama e Sendra (2005), os irmãos Auguste e Louis Lumière, após analisarem os aparelhos já existentes, criaram o cinematógrafo, um aparelho que possuía um sistema de captura e projeção a partir de películas emulsionadas. As imagens sequenciais eram projetadas em uma frequência que dava a ilusão de movimento contínuo, dando origem então ao cinema de animação.

Paralelamente ao trabalho de Muybridge, o ilusionista francês Georges Mélièr, no século XIX executava seus espetáculos de mágica e ilusionismo utilizando

fios invisíveis, alçapões, vidro laminado, fumaça e autômatos complexos, além de projetar filmes no palco, feitos por ele mesmo. Em uma de suas filmagens sua câmera parou de funcionar por alguns instantes. Essa falha gerou, acidentalmente, a impressão de que um ônibus que passava no momento da cena havia se transformado em um carro funerário. Essa técnica básica continua sendo o princípio básico de todo *stop-motion* atual. Mélièr não parou por aí. Criou um grande estúdio de produção para fazer experiências de cinemática, o que possibilitou a criação de efeitos especiais, como cabeças fora do corpo, flutuando, etc. e extraordinários mundos imaginários (PURVES, 2011).

Para Purves (2011), Georges Mélièr se diferenciava dos demais artistas cinematográficos, como os irmãos Lumière, que filmavam cenas cotidianas, por criar cenas fantasiosas, utilizando-se de temas como a História, contos de fadas, demônios e viagens espaciais. Ele não criou o *stop-motion* da maneira como é conhecida hoje, mas pode-se dizer que deu origem à técnica.

Ainda segundo o autor, Mélièr não foi o único a trabalhar com a técnica *stop-motion*. Entre seus contemporâneos, podem ser citados Edwin Porter, nos Estados Unidos que em seu filme *Dream of a Rarebit Fiend* (1906) usou a técnica para dar vida a camas. No ano seguinte, J. Stuart Blackton animou objetos para o seu filme *The Haunted Hotel* (1907) para criar um efeito paranormal em uma casa mal-assombrada. Ao mesmo tempo, Émile Cohl animava fósforos em *Bewitched Matches* (1913).

Os trabalhos citados acima utilizaram o *stop-motion* como uma técnica para criar efeitos especiais. Já a manipulação de bonecos, pura e tão somente, conforme relatado por Purves (2011), passou a aparecer em filmes como os do Russo Ladislav Starewicz, cujos personagens eram animais e insetos, por exemplo, nos filmes *The Tale of the Fox* (1930) (Figura 2 – Cena do filme *The Tale of the Fox*) e *The Mascot* (1934). Os bonecos que compuseram estes filmes eram cheios de detalhes e a animação era muito sofisticada e complexa.



**Figura 2 – Cena do filme The Tale of the Fox (Le Roman de Renard, 1930)
Fonte: Barry Purves (2011, p. 17).**

Simultaneamente aos filmes fantasiosos inteiramente confeccionados em miniaturas, surge em 1933, o filme *King Kong* de Willis O'Brien (Figura 3 – Cartaz publicitário King Kong, 1933, Willis O'Brien), com uma nova proposta de animação, misturando cenários reais com bonecos em miniatura (Barry Purves, 2011).



**Figura 3 – Cartaz publicitário (King Kong, 1933, Willis O'Brien)
Fonte: Barry Purves (2011, p. 37).**

Purves (2011) afirma que a ilusão de movimento em sequência realizada pela animação de quadros foi associada no passado à teoria da “persistência retiniana”, fenômeno no qual o olho humano e/ou o cérebro sempre absorvem a

imagem por uma fração de segundo, unindo o que está acontecendo comum instante antes.

Nos dias atuais é possível ver as animações em *stop-motion* de uma maneira mais aprimorada, como os filmes “O estranho mundo de Jack” (Tim Burton, 1993) (Figura 4 – Cena do filme O Estranho Mundo de Jack), “A Fuga das Galinhas” (Peter Lord e Nick Park, 2000) e “Coraline e o Mundo Secreto” (Henry Selick, 2009). Esses filmes se tornaram referência para animadores de *stop-motion* (Purves, 2011).



Figura 4 – Cena do filme O Estranho Mundo de Jack (Tim Burton, 1993)
Fonte: Barry Purves (2011, p. 55).

A partir desse estudo, o interesse e admiração pela técnica se intensificaram, além de permitir o desenvolvimento de uma animação mais consciente e eficaz. Foi possível também conhecer os principais animadores de *stop-motion* e suas obras, as quais foram utilizadas como referência do uso da técnica.

4.3 PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO STOP-MOTION

Para começar a desenvolver o projeto, foi necessário realizar um estudo mais aprofundado a respeito da técnica de animação em *stop-motion*. Em um primeiro momento estudou-se sobre movimento contínuo. Purves (2011) afirma que, no *stop-motion*, assim como em toda animação, a criação do movimento contínuo depende de como um quadro se relaciona com os outros, seja o anterior como o

subsequente. Sendo assim “quanto mais um quadro se conecta com o anterior, em termos de composição, movimento, cor, e assim por diante, melhor e mais fluida será a animação.” (PURVES, 2011, p. 20). Portanto, é preciso que dois quadros consecutivos tenham relação entre si, para que não exista dificuldade para o espectador entender a informação. Para que a animação possua fluidez, é necessário que o movimento seja o mais detalhado possível, normalmente mostrando os movimentos intermediários, a uma velocidade em torno de 24 ou 25 quadros por segundo.

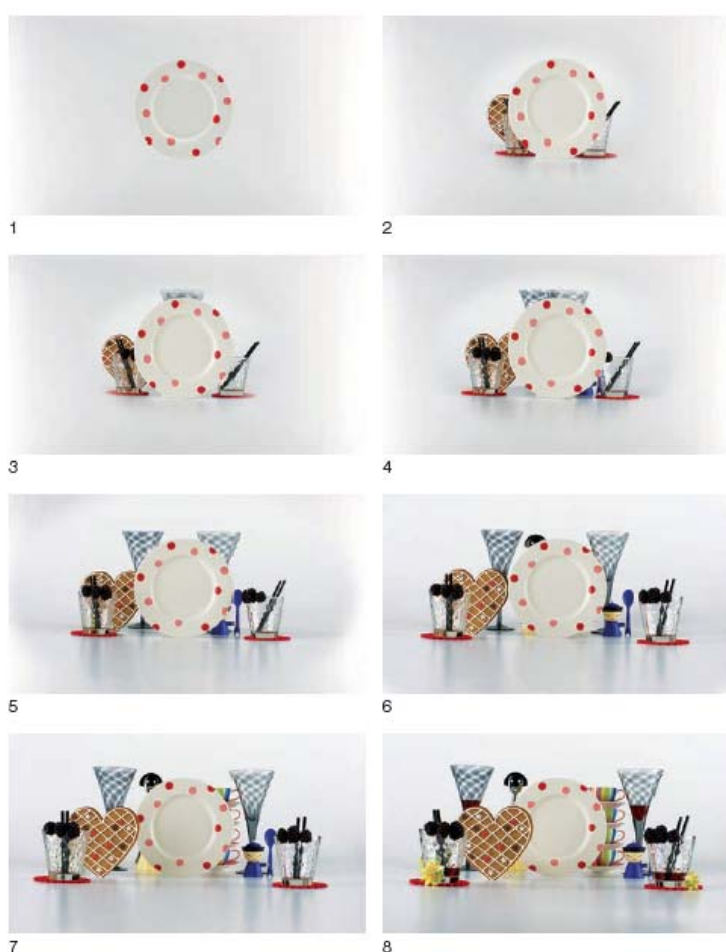


Figura 5 – Sequência de imagens com a evolução dos quadros. Propaganda natalina da Cityco 2009, dirigido por Barry Purves
Fonte: Barry Purves (2011, p. 21).

Outro aspecto importante dessa técnica, defendido por Purves (2011), é o chamado “contraponto estático”, ou seja, para que o movimento funcione, “é preciso que o espectador veja algo que não se move.” (PURVES, 2011, p. 23). O movimento é registrado pelo contraste contra algo que não está se movendo, como por

exemplo, se o personagem estiver se movendo contra um cenário vazio, seu movimento real não seria tão percebido pelo espectador como em um fundo com detalhes.

O autor também afirma que, um dos principais atrativos do *stop-motion* é que o animador tem a possibilidade de manipular algo material, que além de se mover em um espaço real e concreto, reage espontaneamente à luz, ao foco e à profundidade. Dessa forma, as sombras se formam de maneira natural, o que confere realidade aos personagens, diferente de animações 2D³ e 3D⁴, que as sombras precisam ser manipuladas.

Outro fator importante, abordado por Purves (2011), é a iluminação, pois ela ressalta a riqueza de detalhes e texturas dos materiais, tanto do cenário, quanto dos personagens. Entretanto, é fundamental atender-se à maneira como a luz é trabalhada na animação, pois uma luz dura⁵ pode comprometer todas essas características. O autor considera o fato de manipular a iluminação uma das vantagens do *stop-motion*, pois dessa forma é possível conectar o personagem ainda mais ao seu mundo.

Outra característica importante desta técnica, descrita pelo autor, é o fato de que o seu processo de gravação é contínuo, direto e linear, ou seja, “você começa a gravar no primeiro quadro, e termina gravando o último quadro, construindo a cena organicamente à medida que prossegue.” (PURVES, 2011, p. 32).

Purves (2011) também afirma que a animação em *stop-motion* se assemelha a uma atuação “ao vivo”, “uma vez que tenha reposicionado a personagem, você perde imediatamente o quadro anterior.” (PURVES, 2011, p. 34). Isso faz parte da adrenalina e emoção envolvidas no processo.

O autor também ressalta a importância, durante a execução da animação, da presença de toda a equipe no mesmo estúdio, pois há muito compartilhamento de bonecos e cenários, e sua criação deriva do trabalho em grupo, por isso, a comunicação entre os envolvidos é parte fundamental desse processo.

³ Animação bidimensional.

⁴ Animação tridimensional.

⁵ A luz pode ser dura quando ela é direta. A luz direta, pela sua característica de recorte marcante, tem a propriedade de realçar as marcas de expressão das pessoas. Sol do meio-dia provoca uma forte sombra preta na cavidade dos olhos ou expressões sisudas das pessoas (RAMALHO; PALACIN, 2004, p.106).

Nesse contexto o *stop-motion* é considerado atualmente uma técnica de animação. Porém já foi utilizada no passado como uma forma de criar efeitos especiais em filmes *live-action*⁶, os quais hoje são feitos digitalmente. Pode-se citar o filme *King Kong* (1933) como um dos principais exemplos, em que permitiu o boneco de um gorila atuar ao lado de atores humanos no filme. Essa técnica foi utilizada por não existirem primatas desse tamanho e não haver a possibilidade de treinar um gorila para atuar no filme. O *stop-motion* como efeito especial também foi utilizado para simular *live-action* em atuações perigosas demais para dublês desempenharem (PURVES, 2011).

Uma das peculiaridades do *stop-motion* é a liberdade de explorar todos os elementos da narrativa, do design, do movimento, do personagem, para cativar o espectador. O autor acredita que seria uma perda muito grande não desfrutar dos truques e vantagens dessa técnica.

Por fim, Purves (2011) considera os filmes totalmente animados o que há de mais visível e enaltecido do *stop-motion*, sendo que cada acessório, figurino, personagem e peças do cenário são criados em uma escala em miniatura. Todos os elementos utilizados se complementam, e o *stop-motion* é visto “como algo apropriado e maravilhosamente peculiar” (PURVES, 2011, p. 44). Atualmente, o *stop-motion* é apreciado por seus próprios méritos, e há necessidade de competir com as avançadas técnicas computadorizadas. Purves (2011) ainda aponta em seu livro a citação de Joe Clokey, dizendo: “O que as pessoas gostam em relação à animação *stop-motion* é que ela é real. É como um truque de mágica, pegando coisas reais, cenários reais e fazendo-os ganhar vida com movimento.” (PURVES, 2011, p. 44).

Uma vez estudado o conteúdo abordado por Purves (2011), o conhecimento adquirido proporcionou maior embasamento teórico e o desenvolvimento de novas ideias para dar início à parte prática deste projeto.

⁶ *Live-action* é um movimento complexo e multifacetado, idiossincrático e aleatório (PURVES, 2011, p. 80).

5 DA TEORIA À PRÁTICA - CRIAÇÃO DE UM STOP-MOTION

Para que o projeto pudesse ser concretizado, realizou-se o estudo teórico da técnica e, para mostrar a eficácia da metodologia seguida, foi descrito neste capítulo o desenvolvimento de cada uma das etapas e a experiência vivida pela equipe no decorrer do processo de produção da animação.

5.1 PÚBLICO-ALVO

Considerando a proposta do projeto e seu objetivo, foi necessário pesquisar sobre o público-alvo definido, o qual compreende jovens e adultos da faixa etária dos 20 aos 30 anos, porém, poderá abranger qualquer pessoa que já tenha tido contato com o assunto.

Este público foi determinado por ser a geração considerada capaz de mudar seus comportamentos, pensamentos e atitudes que se refletirão no futuro. De acordo com uma pesquisa realizada pelo CETIC-BR (2005 - 2009), os jovens hoje são formadores de opinião e podem influenciar o comportamento de consumo de toda uma população.

Ao mesmo tempo, a geração dos 20 aos 30 anos possui poder aquisitivo e livre arbítrio na hora da compra, conforme afirma a pesquisa realizada pelo SEBRAE/ PR - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2010), sobre o tema “Tendências de Consumo”, englobando a geração Y, que compreende a faixa etária dos 16 aos 30 anos.

“Este grupo populacional possui renda disponível para consumir, está presente nos meios de comunicação e informação há mais tempo [...] e tem pleno conhecimento do que ocorre no mundo, pois tem acesso a informação de maneira rápida e ágil. Além disso, estão dispostos a receber tudo o que o mundo oferece, pois querem se expressar e avaliar o que o mundo lhes tem a oferecer.” (SEBRAE/PR, 2010, p. 45).

Também é importante destacar que, segundo a pesquisa do SEBRAE/PR, o público alvo deste trabalho é compreendido pela geração que está “na fase de definição de personalidade, se identificam com os ídolos, que representam valores, opiniões e tipos de comportamento bem definidos.” (SEBRAE/PR, 2010, p. 46), e que ainda é muito influenciável às modas que são constantemente lançadas e

relançadas através da mídia, como por exemplo, qual estilo vestir, o que comer, dentre outros. Ainda de acordo com a pesquisa, “através da mídia, bandas de música, filmes e programas de televisão influenciam constantemente o comportamento do consumidor [...]. A mídia desperta o desejo e vontade dos consumidores e estes passam a buscar nas lojas produtos que conhecem através destes canais.” (SEBRAE/PR, 2010, p. 42).

O estudo e compreensão do público alvo foram fundamentais para a tomada de decisões quanto à linguagem visual utilizada para atrair o espectador, a forma de abordagem sobre o tema e a escolha do meio de divulgação.

5.2 ENREDO

Para execução deste projeto, a fim de atender o objetivo do trabalho, foi elaborada uma história para caracterizar a reflexão sobre a influência do consumismo na construção da identidade.

A história foi criada de maneira a representar a aflição do personagem ao se observar preso e manipulado na condição de consumista.

O personagem de madeira retorna à sua casa no final da tarde, em um dia comum e ensolarado, após fazer compras. Ele tem suas mãos e pés presos por fios, caracterizando-o como uma marionete, e entra em seu quarto carregando várias sacolas. Caminha em direção à cama, senta e repousa escutando música. Agita seus pés animado apreciando o som que toca em seu *tablet*. Solta o *tablet*, observa a janela e repara nos sons externos. Em seguida, admira seu quarto e os bens materiais que possui. Seu *iPhone* está no criado-mudo ao lado da cama, e toca duas vezes, por fim, recebe uma mensagem no celular. Ele pega o celular, a fim de ler a mensagem. Após a leitura, o personagem responde a mensagem, contando empolgado sobre sua tarde de compras. Devolve o celular e se levanta da cama para se arrumar com o intuito de sair. Ele se olha no espelho e se admira. Subitamente percebe seu reflexo no espelho de uma maneira diferente, e se assusta com o que vê. Percebe sua imagem como a de um homem real, assustado e aflito com algo. De repente o cenário se transforma, passa do quarto para um comércio com muitas vitrines. Ele começa a se observar de maneira a não se reconhecer. Sente-se incomodado com o que está vendo e se liberta dos fios que amarram suas

mãos. Ele começa a se libertar do consumismo que antes o manipulava. Percebe que veste roupas de marca, e revolta-se com esse fato, ao mesmo tempo começa caminhar para trás se livrando de tudo o que possui. Arranca, angustiado, de sua mochila, suas camisetas de marca, bermuda, moletom, chinelos, boné, chave do carro, *iPad*, *iPhone*, *iPod*, relógio, de maneira a se livrar de tudo aquilo que lhe transforma em uma “coisa”. Posteriormente, se livra da mochila, e volta o olhar para si próprio analisando o que vestia e o que carregava consigo. Começa a retirar sua roupa desesperadamente, e sai correndo entre as vitrines, tentando fugir da pessoa que se transformou, em busca da sua verdadeira identidade. Desperta de um sonho assustado e confuso, com tudo o que havia se passado.

A partir desta estória, deu-se início à etapa de roteirização, fundamental para organizar as ações do personagem em cenas, de maneira a planejar cada detalhe necessário para a captura satisfatória das imagens e, assim, possibilitar a criação da animação.

5.3 ROTEIRIZAÇÃO

Para a concepção da animação deste projeto, foi necessário elaborar um roteiro, a fim de se atingir o seu objetivo. Para isso, elaborou-se uma história, em que o personagem principal entra em conflito com a sua própria identidade, devido ao consumo exacerbado de objetos de marca. Este conflito foi essencial para promover a reflexão acerca da influência do consumismo na construção da identidade.

O desenvolvimento do roteiro deste trabalho foi feito com base nos conhecimentos adquiridos na matéria de Produção da Imagem, ministrada no 5º período da grade curricular do curso.

Dessa forma, o livro “Da criação ao roteiro, de Doc Comparato, foi utilizado como fundamentação teórica para o desenvolvimento do roteiro, e como complemento, utilizou-se o livreto “Como formatar seu roteiro”, do autor Hugo Moss, para a formatação técnica.

De acordo com Comparato (2000), o roteiro é a forma escrita de qualquer audiovisual. Para o autor, o roteiro consiste em uma forma literária efêmera, pois só existe durante o tempo que leva para ser convertido em um produto audiovisual. No

entanto, sua existência é importante, pois sem roteiro não há como conceber um filme.

Em seu livro, Comparato (2000) cita o autor Syd Field, que afirma: “Roteiro é uma história contada em imagens, diálogo e descrição, dentro do contexto de uma estrutura dramática.” (COMPARATO, 2000, p. 19).

Ao abordar sobre o assunto, o autor afirma que o roteiro possui três aspectos fundamentais: *Logos*, *Pathos* e *Ethos*. O *logos* é a estrutura geral do roteiro, que compreende sua forma escrita e a organização verbal. *Pathos* é o drama de uma história humana, ou seja, aquilo que envolve a vida, as ações cotidianas e os conflitos que afetam as pessoas. No roteiro deste trabalho, o *Pathos* pode ser observado nas atitudes consumistas vividas pelo personagem, até o momento em que ele se vê transformado em uma coisa, e não mais em um ser humano. E por fim, o *Ethos* é a mensagem intencional que se deseja transmitir, na qual engloba a ética, a moral, o significado da história, suas implicações sociais e políticas. Neste trabalho, o *Ethos* caracteriza-se pela reflexão da influência do consumismo na construção da identidade.

Para a construção do roteiro, utilizou-se como base as etapas descritas por Comparato (2000), são elas: ideia, conflito, personagens, ação dramática, tempo dramático, e unidade dramática.

Conforme cita o autor, a primeira etapa consiste no desenvolvimento de uma ideia criativa, que pode ser sustentada por interpretações e observações da realidade, leituras, pesquisas, inclusive vivências do autor e *brainstorms*⁷ com outras pessoas. Outro ponto de vista que contribui para afirmar o discorrido por Comparato (2000), a respeito da concepção da ideia, foi o de Purves (2011):

“No início de qualquer projeto, deve haver a vontade de contar uma história, de sugerir uma ideia ou tema ou de mostrar algo a partir de uma nova perspectiva [...]. Contudo, embora a técnica de animação certamente seja interessante, ela sozinha não é garantia de que o público será cativado – você precisa ter algo a dizer.” (PURVES, 2011, p. 50).

Comparato (2000) ainda ressalta que esta etapa é fundamental para conceber um projeto, seja um filme para cinema, uma peça de teatro, ou uma animação em

⁷ *Brainstorm* é a tempestade cerebral. Também pode ser "chuva de ideias". *Brainstorm* é um encontro de ideias debatidas por uma dupla de criação, uma equipe de criação, ou várias pessoas, de diversas áreas, todos buscando caminhos e soluções para o problema (CESAR, 2009, p. 176).

stop-motion. Além de sua extrema importância, é considerada uma das fases mais difícil e complexa.

A ideia elaborada para este projeto surgiu a partir do interesse da equipe em abordar o consumismo, bem como a preocupação com o seu impacto no âmbito social. Para solidificar a ideia realizaram-se pesquisas sobre os assuntos relevantes, buscaram-se referências em diversas fontes, além de incorporar experiências vividas pela própria equipe.

Na segunda etapa, é importante traduzir a ideia em um conflito para a história e condensá-lo em palavras, ou seja, transformá-lo em uma *storyline*⁸. Segundo o autor, o conflito pode confrontar diversas forças, entre elas: o ser humano contra outros seres humanos, o ser humano contra as forças da natureza, o ser humano contra ele mesmo, entre outras. A *storyline* deve ser breve, concisa e eficaz, tendo no máximo cinco linhas, e por meio dela, o roteirista deve transmitir a noção daquilo que será desenvolvido.

O conflito deste projeto acontece em torno do personagem que se confronta com a sua própria imagem ao perceber-se preso e manipulado pelo consumismo, a ponto de não reconhecer mais sua própria identidade.

A terceira etapa é criar as personagens, definir quais delas viverão o conflito básico e determinar seus perfis. Comparato (2000) ressalta que o desenvolvimento das personagens se faz por meio da elaboração da sinopse ou argumento, que deve conter a localização da ação, em que época acontece, e também a descrição do caráter das personagens principais. O autor considera a sinopse o “reino da personagem”.

Para a animação deste projeto desenvolveu-se a seguinte sinopse:

O personagem está aparentemente vivendo um dia comum, quando o recebimento de uma mensagem de texto em seu celular o estimula a levantar da cama. Ao se olhar no espelho, se preparando para sair de casa, algo inesperado acontece, o que muda completamente a percepção da sua identidade.

A próxima etapa denominada ação dramática, é a maneira como o conflito básico, vivido pelas personagens, será contado. É nesta etapa que será construída a

⁸ Um *storyline* é um resumo da história a ser transformada em roteiro, ele possui no máximo cinco linhas e contém apenas o conflito principal de sua história. Disponível em: <<http://www.roteirodecinema.com.br/manuais/screenwriter.sites.uol.com.br/apostila.doc.htm>>. Acesso em: 15 jan. 2014.

estrutura do roteiro, que consiste no argumento dividido em cenas. O autor explica que cada cena possui uma localização no tempo, espaço e na ação, sendo somente sua descrição, sem a presença de diálogos.

A quinta etapa resume-se na inclusão do diálogo ao roteiro, a qual é fator determinante do tempo dramático das cenas. Dentro deste contexto Comparato (2000) afirma que as falas devem ser acompanhadas da descrição do estado de ânimo dos personagens, para que o diretor e os atores sejam orientados com relação ao clima de cada fala e cada cena. Entretanto, o roteiro deste projeto não apresenta diálogos, e nem qualquer tipo de fala, pois além de haver apenas um personagem, não há também a intenção de influenciar a conclusão do espectador durante a animação.

E por fim, a sexta e última etapa, consiste em manejar as cenas e criar uma unidade dramática para a animação. Segundo Comparato (2000), é nesta etapa que o roteiro deve estar pronto para ser filmado ou gravado. É o momento de corrigir imperfeições, e trabalhar as imagens mais a fundo, incluindo os movimentos de câmera e planos de filmagem, bem como a iluminação, trilha sonora, o elenco e outros detalhes de produção. O autor acredita que:

"Compete ao diretor e à sua equipe, converter o roteiro literário em roteiro técnico... Elaborar o roteiro final significa converter o Primeiro Roteiro - um texto - em uma ferramenta de trabalho que será entregue à equipe de produção para ser traduzida em imagens e sons" (COMPARATO, 2000, p. 285).

Ainda de acordo com o autor "Escrever um roteiro é como se tivéssemos uma câmera atrás do olho e ainda mais, pois a câmera tem maior acuidade visual do que o olho e isso a aproxima da imaginação." (COMPARATO, 2000, p.86).

Após o estudo de Comparato (2000), utilizou-se o livreto de Moss (1998), para auxiliar na formatação técnica do roteiro final. Para manter um padrão, o autor determina algumas regras, como por exemplo, a fonte a ser utilizada e o seu tamanho, o tamanho e formato do papel, as margens, a formatação da descrição das cenas, do título, entre outras, que pode ser visualizado na Figura 6 – Trecho do roteiro.

Cena 02 -

INT. CASA DO BONECO/QUARTO - DIA

ÂNGULO FECHADO. Boneco de madeira em forma de marionete entra no quarto com SACOLAS. Foco no tronco do boneco.

MATCH CUT:

Foco nos pés do boneco. Boneco caminha em direção à cama. Som de PASSOS.

Figura 6 – Trecho do roteiro
Fonte: Autoras.

Todas as etapas descritas acima foram seguidas, e resultaram no roteiro final o qual se encontra no APÊNDICE A – Roteiro.

5.4 STORYBOARD

Após finalizado o roteiro, foi desenvolvido o *storyboard*, que, de acordo com Priebe (2007), consiste em traduzir o roteiro elaborado em uma série de desenhos, muito similar a uma revista em quadrinhos. O *storyboard* apresenta-se em painéis retangulares que contam, visualmente, a história da animação, e será a base para a sua execução.

No que se refere ao *storyboard*, Priebe (2007) enfatiza que esta ferramenta não tem a intenção de mostrar a interpretação dos personagens, mas sim, transmitir a ideia prática e precisa de como ficará o filme ao final do processo, levando em consideração principalmente os ângulos em que a câmera fica posicionada para capturar as imagens da cena. O *storyboard* serve de base para o operador da câmera, além de tornar-se referência do planejamento para toda a equipe envolvida no projeto, independentemente de quantas pessoas sejam. Dependendo da complexidade, talvez sejam necessários vários desenhos para representar toda a ação de uma cena. (PURVES, 2011).

Segundo Priebe (2007), existem alguns enquadramentos básicos. São eles:

Enquadramento de estabilização – Apresenta uma visão geral do personagem e da cena, por onde normalmente se inicia um filme. Posteriormente, é possível fazer um corte na cena para um enquadramento que aproxime a imagem.

Enquadramento longo – Neste enquadramento o corpo todo do personagem aparece, a uma longa distância.

Enquadramento médio – Neste enquadramento o foco se concentra no personagem, que é mostrado da cintura para cima.

Enquadramento *close-up*⁹ – Este enquadramento é mais fechado no personagem ou objetos, ressaltando expressões faciais e alguns detalhes.

Extremo *close-up* – Apresenta o foco no personagem, ou o objeto super aproximado, ocupando muitas vezes um *frame*¹⁰ inteiro, com a intenção de chamar a atenção do espectador para determinados detalhes.

Enquadramento ponto de vista – Apresenta a visão do personagem, é como se a câmera fosse os olhos dele. Geralmente é precedido de um enquadramento médio ou *close-up*, para dar a ideia de que é a visão do personagem.

Enquadramento sobre o ombro – Este enquadramento representa a visão de algo ou de alguém que o personagem está vendo por sobre seus ombros ou perto deles. É geralmente utilizado em diálogos.

Os enquadramentos descritos anteriormente foram inseridos no *storyboard* deste projeto, conforme a Figura 7 – Quadros *Storyboard*.

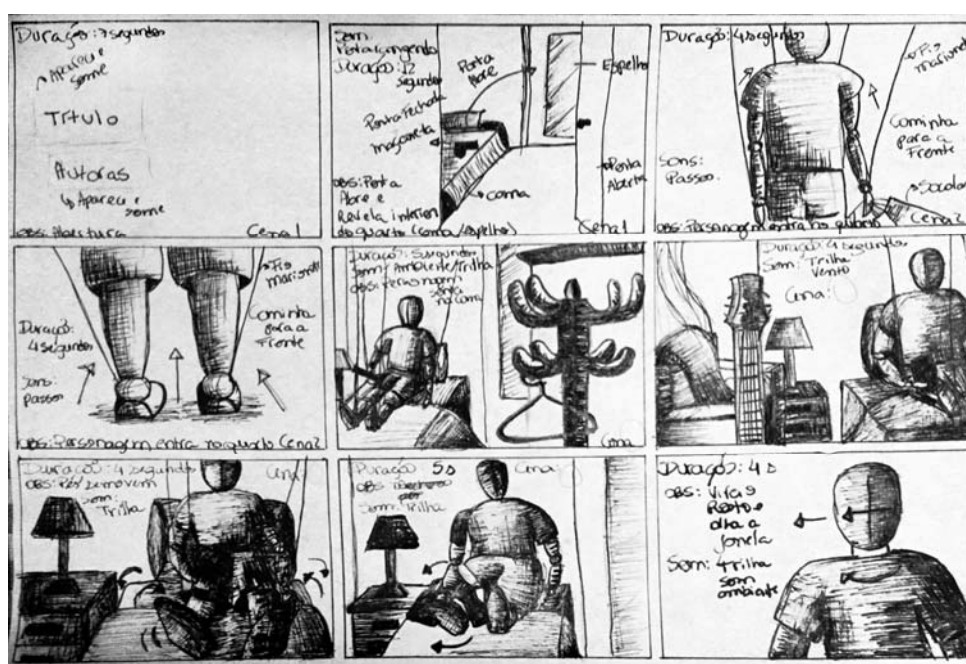


Figura 7 – Quadros *Storyboard*
Fonte: Autoras.

⁹ *Close-up* é um termo técnico para ampliação através de uma lente, mas também, metaforicamente, significava análise detalhada (DONALD; FRIEDBERG; MARCUS, 1998, p. 1). Texto traduzido do original em inglês do livro *Close Up: Cinema And Modernism*.

¹⁰ *Frame*, (em Português: quadro ou moldura) é cada um dos quadros ou imagens fixas de um produto audiovisual (AUMONT; MARIE, 2001, p. 136).

Contudo, com o *storyboard* planejado inicialmente, encontrou-se algumas dificuldades na etapa da realização das fotografias, pois se percebeu que as limitações anatômicas do boneco não permitiam a execução fiel do planejado. Dessa forma, o *storyboard* precisou ser adaptado durante a etapa de fotografia. Em contrapartida, verificou-se que outros ângulos poderiam ser explorados para valorizar mais as cenas. O *storyboard* completo se encontra no APÊNDICE B – Storyboard.

5.5 LINGUAGEM VISUAL

Após a concretização do *storyboard*, a próxima etapa a ser elaborada é a linguagem visual. Este processo, também conhecido como construção do conceito de arte, consiste na tomada de decisões a respeito da linguagem visual do projeto, como o estudo e teste de cores, figurinos, cenários, objetos cênicos e estilo da técnica a ser aplicada (PRIEBE, 2007). Para isso, deve-se levar em consideração o personagem, contexto da história e objetivo da animação, atentando para a personalidade do personagem criado e qual a imagem que se pretende transmitir do mesmo, bem como seu público-alvo.

Para dar início a essa etapa, realizou-se uma pesquisa visual de animações em *stop-motion*, assistindo diversos vídeos publicados na internet. Como por exemplo, “*Sweet Dreams*”, de Kirsten Lepore (Figura 8 – Cena da animação “*Sweet Dreams*”), “*A Short Love Story in Stop Motion*”, de Carlos Lascano e como principal referência, o videoclipe de “Arnaldo Antunes – A Casa é Sua” (Figura 9 – Cenas da animação “A Casa é Sua”), feito pela Cia de Canalhas, um estúdio formado por animadores curitibanos.

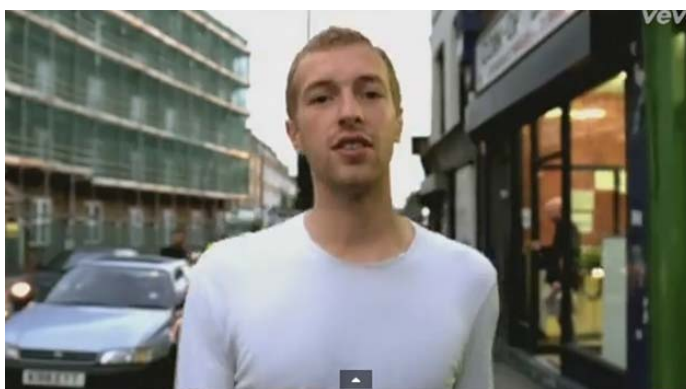


**Figura 8 – Cena da animação “Sweet Dreams”
Fonte: Youtube.¹¹**



**Figura 9 – Cenas da animação “A Casa é Sua”
Fonte: Youtube¹²**

Já como referência para o cenário externo e enquadramento dos planos foi utilizado o clip oficial da música “*The Scientist*” da banda inglesa Coldplay (Figura 10 - Cena do clip “The Scientist”).



**Figura 10 – Cena do clip “The Scientist”
Fonte: Youtube.¹³**

¹¹ Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=o1GyJpnTN1I>>.

¹² Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=Y-xVpQ1KRWw>>.

¹³ Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=RB-RcX5DS5A>>.

A linguagem visual que foi adotada para o desenvolvimento da animação é fundamental para atingir e conquistar o público-alvo. Isso se dá através de recursos audiovisuais que tornaram o material atrativo ao espectador. Além disso, o poema utiliza palavras que puderam ser convertidas em objetos cênicos para ilustrar os conceitos de consumismo, ou seja, tornou-se um texto bastante ilustrativo. Esses objetos auxiliaram no desenvolvimento e foram explorados no decorrer da animação.

O fato de o personagem ser um rapaz tornou necessário trabalhar com o perfil masculino de linguagem visual. Pensou-se em um homem com a faixa etária dos 20 aos 25 anos, de classe média, já inserido no mercado de trabalho, com poder aquisitivo e decisão de compra. Gosta do estilo musical rock clássico, é apreciador de bebidas alcoólicas, consumidor de alimentos industrializados e novidades tecnológicas.

Para dar continuidade ao estudo do perfil do personagem, realizou-se uma breve pesquisa de referências visuais de quartos masculinos dentro da faixa etária pretendida, de maneira a auxiliar no processo criativo do cenário interno, como forma de inspiração. Alguns quartos utilizados como referência visual podem ser observados nas Figuras 11 e 12 - Referência visual do cenário.



Figura 11 – Referência visual do cenário
Fonte: Google Imagens.¹⁴

¹⁴ Disponível em: <<http://blog.dactylo.com.br/dactylo/4-ideias-de-decoracao-para-quarto-masculino/>>.



Figura 12 – Referência visual do cenário
Fonte: Google Imagens.¹⁵

A autora SUSSKIND (2011), realizou a pesquisa “Os mistérios do consumidor masculino”, na qual avaliou homens brasileiros na faixa etária dos 20 aos 60 anos, das classes A, B e C, e constatou que, homens da faixa etária dos 20 anos, são os mais consumistas, sendo que a prioridade de consumo é de produtos inovadores e tecnológicos, como, por exemplo, TV LED, *MacBook*, *Iphone's*, *Ipad's* e etc., bem como acessórios masculinos incluindo vestuário. Sendo assim, atentou-se para a inserção desses objetos tecnológicos no cenário, assim como imagens de sacolas de compras, que aparecem sendo carregadas pelo personagem, de maneira a reforçar a característica de um consumista.

A animação também contou com a técnica de ilustração, de maneira a enriquecer o produto final.

O desenho inserido representa o conteúdo da mensagem que o personagem escreve, contando da sua tarde de compras. Desta forma, o boneco foi ilustrado dentro de um shopping com muitas vitrines, carregando sacolas de marcas famosas. A linguagem visual desta interferência ficou intencionalmente diferente das fotos, pois além de se tratar de uma técnica distinta, reforça a ideia de pensamento.

Após pensar no personagem e elementos que pudessem construir sua identidade, fez-se necessário um estudo mais aprofundado das cores que seriam utilizadas no projeto, tanto durante o tratamento das fotos quanto na iluminação do

¹⁵ Disponível em: <<http://www.intercasamoveis.com.br/tag/quartos-de-bebe/>>.

estúdio, cores do cenário, decoração e etc. “As cores possuem uma função que vai além de ser esteticamente agradável. Elas podem transmitir emoções diversas para o público.” (PURVES, p. 132).

Assim, a edição das imagens do cenário em miniatura preservou intencionalmente a iluminação amarelada originada pela fonte de luz que entrava pela janela, representando o Sol, e as fotos externas receberam a mesma iluminação de maneira natural.

“Amarelo: Essa cor é associada com a luz do Sol e parece não ter nenhum limite. O amarelo é uma cor quente e expansiva, que ativa a mente e abre-a para novas ideias. [...] Lembre-se sempre de que o amarelo e o branco juntos podem superestimular a mente, causando talvez uma leve instabilidade e insegurança [...] (LACY, 1996, p. 22).

A opção pelo tom amarelado das fotos editadas se fez também em função do uso de um boneco articulado de madeira como personagem principal. Assim, a combinação de iluminação amarelada, móveis com cor marrom e textura de madeira, harmonizava em um conjunto.

“O marrom é a cor da estabilidade, e, quando usado em seu estado natural, como nos assoalhos e móveis, transmite energia positiva para nossos ambientes.” (LACY, 1996, p. 27).

Em contrapartida, as paredes do quarto possuem cores frias.

“A chave é sempre usar uma cor quente e uma fria juntas. Nosso mundo é um mundo de polaridades: dia e noite, quente e frio, alegria e tristeza, etc. A eletricidade tem dois pólos: positivo e negativo. O mesmo princípio permeia a criação, causando o equilíbrio que existe na natureza - o uso das cores não faz exceção a essa regra.” (LACY, 1996, p. 31).

Duas paredes do cenário em miniatura são brancas e duas são cinzas, e a escolha por essas cores se fez com a intenção de tornar as paredes neutras em relação ao restante do quarto, promovendo um contraste entre os móveis e objetos decorativos e ressaltando os mesmos.

“Cinza: Essa cor tem-se mostrado popular entre os decoradores - em grande parte por seu potencial de combinação. Quando se escolhe usá-la com outras cores, pode proporcionar um bom visual. [...] use- moderadamente, em seus tons mais claros e em combinação com outras cores que exercem um efeito positivo e equilibrado, como as tonalidades vermelha, laranja e amarela.” (LACY, 1996, p. 27-28).

Outro aspecto relevante para a construção da linguagem visual é o estilo artístico aplicado para caracterizar o sonho. No momento de transição de um cenário

para outro, quando o boneco se enxerga homem, trabalhou-se com uma linguagem surrealista, pois nos remete ao imaginário e uma ação fora da realidade.

Em seu artigo, Mendonça (2008) afirma que o Surrealismo iniciou oficialmente em 1924, e herdou diretamente a linguagem simbolista e influencia da revolução romântica, promovendo a explosão dos sentidos e seguindo a livre associação das ideias e do inconsciente, sob o domínio do desejo. Conforme afirma o autor, “para o Surrealismo, o sonho sempre serviu como cenário, em qualquer das expressões artísticas, para o desvelamento do onírico.” (MENDONÇA, 2008).

Sendo assim, de maneira a representar visualmente o sonho do personagem, trabalhou-se com o uso de desfoques nas fotografias, tanto no cenário interno como no externo, simulando a falta de nitidez e a confusão que um sonho pode proporcionar. Utilizaram-se como referência visual para a criação deste efeito, algumas cenas do seriado “Pretty Little Liars”, conforme Figura 13.



**Figura 13 – Cena do seriado “Pretty Little Liars”
Fonte: Seriado, episódio 15, 4ª temporada.**

Essas escolhas ajudaram na construção da identidade do personagem e por consequência, na identidade visual do projeto como um todo.

5.6 CONSTRUÇÃO DO PERSONAGEM

A história da animação em *stop-motion* deste projeto ocorre em dois momentos: inicialmente em um cenário em miniatura, confeccionado artesanalmente, e posteriormente em um cenário real. O personagem que interage

com o cenário em miniatura é representado por meio de um boneco articulado de madeira, de 14 cm de altura, conforme demonstra a Figura 14 – Boneco articulado de madeira. Desta forma, para a melhor compreensão das possibilidades e finalidades deste recurso, estudou-se sobre os bonecos que são utilizados em animações *stop-motion*.



Figura 14 – Boneco articulado de madeira
Fonte: Autoras.

Segundo Purves (2011), por mais complexos que os bonecos sejam, eles nunca conseguem reproduzir com fidelidade os movimentos reais de um ser humano ou a fluidez da animação 3D, e estes movimentos estão diretamente relacionados à maneira como os bonecos são manuseados e direcionados.

Ainda segundo Purves, mesmo com limitações e independente do material com o qual são confeccionados, os bonecos podem transmitir emoções durante a animação. A estrutura anatômica do boneco e sua interação com cenário, luz e personagens, trazem credibilidade para sua atuação e criam uma ligação imediata com o público.

No *stop-motion* deste projeto, optou-se por trabalhar com um boneco articulado de madeira, pois ele viabiliza a movimentação do seu corpo, facilitando a animação e captura das fotos. O boneco escolhido possui estrutura simples e, por sua vez, gerou certa dificuldade para equipe durante o manuseio, apresentando limitações na realização de alguns movimentos. Este fato se tornou uma dificuldade durante o processo de animação, porém, não se faz necessário o uso de bonecos

complexos para se contar uma história. “O segredo está em aproveitar o que o boneco tem a oferecer, fazer tudo ser levado em conta e ter apenas o que é necessário. Essas são algumas das forças do *stop-motion*.” (PURVES, 2011, p. 81).

Segundo o autor, a complexidade do boneco está diretamente ligada com o orçamento disponível para o projeto. Quanto mais fiel se deseja reproduzir os movimentos do corpo de um boneco, mais articulações se fazem necessárias na sua estrutura, e mais cara será a confecção do mesmo. É importante levar em consideração o roteiro do projeto. Dependendo dos movimentos que serão necessários reproduzir, avalia-se a necessidade de mais ou menos articulações.

Optou-se por manter o boneco da maneira como foi adquirido: apenas de madeira, sem intervenções de tinta ou verniz. Esta escolha foi intencional, uma vez que o roteiro da animação tinha como objetivo representar o boneco como uma “coisa”, remetendo a ideia do poema, especificamente no trecho: “Já não me convém o título de homem. Meu nome novo é Coisa. Eu sou a Coisa, coisamente” (ANDRADE, 1984, p. 85). Dessa forma, o boneco não possui rosto, nem expressões faciais. Procurou-se transmitir a ideia de perda da identidade do personagem. Ele é apenas o que ele veste e possui.

Para este projeto optou-se por trabalhar com um boneco que representa a figura masculina, justamente para romper com o estereótipo de que as mulheres são mais consumistas que os homens. De maneira a confirmar essa ideia, pode-se citar a afirmação da Psicóloga Gretta Rodrigues de Souza, presente no artigo Franco (2013): “A diferença está no tipo de consumista e não no gênero. Se você compra sem necessidade já é considerado consumista.” (FRANCO, 2013).

Ainda segundo Gretta: “A sociedade vem mudando, assim como o papel da mulher no mercado de trabalho. Homens e mulheres estão se igualando em várias questões emocionais como consumismo, depressão e TOC - Transtorno Obsessivo Compulsivo” (FRANCO, 2013).

É relevante também citar alguns dados e estatísticas presentes no artigo de Zarat (2009), que utiliza como referência o IBOPE Inteligência. Zarat (2009) menciona que homens gastam cerca de 26% a mais que mulheres nos cartões de crédito e passaram a consumir produtos alimentícios mais selecionados, assim como um aumento significativo no consumo de produtos de higiene, beleza e vestuário.

Para reforçar a ideia de um personagem consumista, o boneco é apresentado como uma marionete, conforme ilustra a Figura 15 - Boneco marionete.

Marionetes são de origem francesa, e consistem em bonecos que são manipulados por pessoas por meio de cordéis (ARAÚJO, 2014). A utilização desse elemento visual na animação possui um significado importantíssimo para o resultado final. Foi uma estratégia usada para representar o personagem preso em seu próprio consumismo, bem como ele sendo manipulado pelo sistema capitalista e alienado quanto à sua identidade.

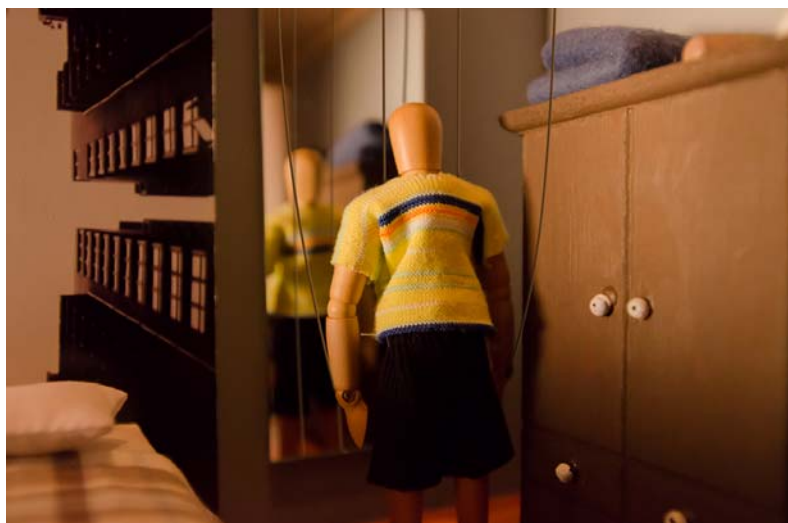


Figura 15 – Boneco marionete
Fonte: Autoras.

Como o trabalho visa explorar principalmente o consumismo de vestuário, atentou-se para a confecção de vestimentas do boneco. Optou-se por terceirizar o serviço com uma costureira. Foram desenvolvidas blusas, calças e shorts, utilizados para vestir o boneco e também para auxiliar na composição do quarto. Sendo assim, a escolha dos tecidos é fundamental para se atingir um bom resultado final.

“Nada denuncia mais a escala de um boneco do que o tecido. O tecido estampado que parece delicado quando usado para um traje humano de tamanho real, normalmente parece um saco de estopa grosseiro quando utilizado em um boneco em miniatura e visto em close-up na tela. Portanto, é muito importante escolher cuidadosamente um tecido que funcione na escala de seu filme.” (PURVES, p. 129).

Dessa forma, acredita-se que o desenvolvimento das roupas do boneco foi satisfatório. Porém, com uma pesquisa mais avançada em tecidos, poderiam ter sido escolhidos alguns tecidos mais leves e que permitissem um caimento mais adequado para a escala do boneco.

Conforme já foi mencionado, o roteiro previa um personagem real, que foi encenado pelo ator Gustavo Ricardo dos Santos. A escolha pelo ator se deu principalmente pelo fato dele utilizar o cabelo raspado, se assemelhando ao boneco de madeira, e por não ser demasiadamente alto, facilitando a captura das imagens em um ângulo paralelo ao chão. As vestimentas do ator durante a atuação foram escolhidas propositalmente, para fazer referência ao boneco, e permitisse que o espectador associasse uma cena à outra. O personagem real pode ser visto na Figura 16 – Ator. Com relação aos acessórios utilizados pelo ator, muitos foram cedidos por ele. Além disso, a equipe fez uso do seu acervo particular, e contou com o empréstimo de amigos e familiares. Para que a divulgação da animação na *web* ocorresse legalmente, o ator assinou um termo de direito de uso da sua imagem.



Figura 16 – Ator
Fonte: Autoras.

5.7 MONTANDO O CENÁRIO

Após a obtenção do boneco em miniatura, se fez necessário adquirir objetos que compusessem o quarto. Durante a busca, atentou-se para o tamanho das peças, pois a proporção dos móveis em relação ao personagem precisava ser adequada. Eles foram encontrados nas lojas Daiara Artes, Anninha Miniaturas, Papelaria Grafitti, A. Preuss Artesanato e na Vidraçaria Bosa.

Os objetos que consistem o cenário, e que foram adquiridos nos fornecedores são: armário, televisão, balcão, criado mudo, espelho, taco e bola de beisebol, abajur, comida, caneca, notebook, guitarra, livro, caixa de chocolate, lápis, tapete, cabide e cabideiro, gravata, frasco de perfume, pente de cabelo, cartão de

crédito, livros, etc. Outros objetos foram desenvolvidos artesanalmente pela equipe, tais como, o celular, *tablet*, quadros e pôsters, utilizando E.V.A. preto, cola e impressão colorida, assim como a cama *box*, utilizando papelão revestido com couro sintético preto.

Além disso, contratou-se o trabalho de um marceneiro que foi o responsável pelo desenvolvimento da estrutura do quarto. Através dele foi possível adquirir e ajustar alguns móveis, tais como janela e varões para a cortina, mesa, cadeira, poltrona, prateleiras e porta.

Os elementos de decoração do quarto foram propositalmente escolhidos para corresponder ao perfil masculino de um jovem consumista, e ao mesmo tempo, estar relacionado com o poema, sendo: a televisão, para representar um dos principais meios de comunicação, no qual constantemente circulam propagandas dos mais variados tipos, e o *notebook*, o *tablet* e o celular, com suas respectivas marcas, para demonstrar os atuais meios de comunicação e tecnologia.

Foi realizado um trabalho de decoração em todo o ambiente do quarto para auxiliar na caracterização do personagem. Para isto, foi inserido o pôster da banda The Beatles, um grupo de rock dos anos 1960 e a guitarra preta, levando o público a entender que o personagem toca o instrumento.

Outra característica do personagem é o gosto por bebidas alcoólicas, dessa forma, foi inserido em uma das paredes do quarto, o cartaz com a imagem de um homem segurando uma cerveja com a palavra “*Beer*”, que significa cerveja em inglês. Fazendo associação com esse elemento, foram utilizadas na decoração, as miniaturas de latinhas de cerveja, das mais variadas marcas. Alguns dos objetos utilizados no cenário podem ser vistos na Figura 17 - Objetos do cenário.



Figura 17 – Objetos do cenário
Fonte: Autoras.

Como o personagem planejado consumia alimentos industrializados, foram inseridos na decoração a caixa de bombom, a garrafa do refrigerante Coca-Cola, o

salgadinho Doritos e o sanduíche. No quarto do personagem, pode-se perceber a presença dos livros, caderno, lápis e régua, que demonstram seu lado intelectual, além de um cartão de crédito, para representar o poder aquisitivo do personagem. Por fim, de maneira a ilustrar o gosto dele por esportes, está presente no quarto a bola e o taco de beisebol.

A estrutura do cenário foi elaborada com paredes removíveis, permitindo maior mobilidade da câmera para a captura de ângulos específicos. O material da estrutura do cenário é MDF e o trabalho foi terceirizado através da empresa A. Preuss Artesanato, como já mencionado. O tamanho do cenário, cujas dimensões são 37x37x25cm, foi pensado de maneira a dispor de forma harmônica os móveis, na época já adquiridos.

A estrutura do quarto resultou em quatro paredes, sendo uma delas com uma porta e outra com uma janela, além da base, que com seu acabamento nas bordas, permitiu o encaixe e sustentação das paredes. Depois de realizada a pesquisa de referências visuais, optou-se por um quarto tradicional, porém, trabalhou-se com detalhes jovens, como por exemplo, um bloco de madeira, colado atrás da cama do boneco, gerando uma parede em relevo, o qual permitiu a aplicação de um adesivo com textura diferenciada, criando um layout moderno. A estrutura do cenário pode ser visto na Figura 18 – Vistas do cenário.



Figura 18 – Vistas do cenário
Fonte: Autoras.

Após esta fase, realizou-se a pintura das paredes. Nesta etapa, foi utilizada tinta para MDF. Para a aplicação da tinta, fez-se uso de um rolo para pintura, que permitia maior uniformidade na cor final. Esse processo foi registrado e pode ser visto na Figura 19 – Pintura das paredes do cenário. Foi utilizada uma fonte de ar quente para acelerar o processo de secagem das camadas de tinta.

Os móveis, em contrapartida, foram pintados com tinta acrílica marrom escura, remetendo as cores da madeira, para criar um ambiente masculino e sóbrio, além de gerar contraste com as cores das paredes. A cor final dos móveis foi obtida após a mistura de diversas cores de tinta acrílica. Foram feitas várias tentativas até se chegar ao tom desejado. Utilizou-se também a cor branca em alguns móveis, com o uso da tinta guache. As prateleiras foram pintadas totalmente de branco, e nos demais móveis, aplicou-se tinta branca nas maçanetas, com a intenção de realçar esse detalhe. A pintura dos móveis foi realizada com o auxílio de pincéis dos mais variados tamanhos e estilos. Como exemplo, é possível citar os pincéis com fardas mais duras, responsáveis pela textura de madeira dos móveis, e pincéis de fardas macias para pinturas uniformes. Essa etapa pode ser observada na Figura 20 – Pintura dos móveis do cenário.



Figura 19 – Pintura das paredes do cenário
Fonte: Autoras.



Figura 20 – Pintura dos móveis do cenário
Fonte: Autoras.

Foram aplicados dois papéis adesivos brilhantes no cenário. Um no chão, fazendo alusão a um chão real laminado de tom claro, ilustrado na Figura 21 -

Aplicação do adesivo no chão do cenário, e um na parede, aplicado no bloco de madeira avulso, encaixado atrás da cama. Este possui a imagem de prédios em preto e branco, remetendo à urbanização e modernidade.



Figura 21 – Aplicação do adesivo no chão do cenário
Fonte: Autoras.

A disposição dos móveis no quarto foi pensada de maneira a valorizar a iluminação que a janela fornecia. Sendo assim, a cama, local onde o personagem permanece por mais tempo durante as cenas, ficou ao lado da janela para receber maior iluminação e destaque. O mesmo aconteceu com o espelho e armário. A televisão e estante ficaram localizados em frente a cama. O cabide vertical ficou posicionado ao lado do armário, a escrivaninha e cadeira se encontram ao lado esquerdo da janela e por fim, as prateleiras foram inseridas próximas à escrivaninha, de maneira harmônica nas paredes do quarto, conforme mostrado na Figura 22 - Cenário finalizado, vista superior.



Figura 22 – Cenário finalizado, vista superior
Fonte: Autoras.

Para que fosse possível animar o boneco e fotografá-lo simultaneamente, foi necessário suspender o cenário na altura da cintura, colocando-o em cima de uma mesa, proporcionando maior conforto e ergonomia para a equipe. Os móveis do cenário foram fixados no chão utilizando-se fita dupla face e cola branca. Assim, as peças permaneceram nos locais corretos, como demonstra a Figura 23 - Objetos sendo fixados aos móveis. Segundo Purves (2011):

“Todo cenário precisa preencher vários requisitos importantes. Deve, por exemplo, permitir o acesso do animador, assim como das câmeras e luzes. Também deve ser suficientemente estável para aguentar os animadores se esticando e se inclinando sobre as superfícies durante cada quadro, não deixando que algo balance, afunde ou entorte durante a filmagem” (PURVES, p. 122).



Figura 23 – Objetos sendo fixados aos móveis
Fonte: Autoras.

Durante a fotografia, desconstruiu-se o cenário para facilitar o alcance da câmera e ajustar a distância focal em relação aos objetos. Inicialmente foram realizadas as fotografias que capturavam o layout do quarto de uma maneira mais abrangente, e em seguida, foram sendo retiradas as paredes e móveis conforme a necessidade do enredo. A desmontagem das paredes está visível na Figura 24 - Vista do cenário com paredes removidas, este recurso é abordado por Purves (2011) no trecho em que fala: “Caso você tenha um cenário que será filmado em 360 graus, todas as paredes precisarão ser removidas e, provavelmente, a iluminação alterada para cada configuração. Isso exigirá mais espaço e tempo no estúdio.” (PURVES, p. 123).

Procurou-se atentar para a incidência de iluminação dentro do cenário, que variava de acordo com a parede que era retirada. Dentro desse contexto, utilizou-se o *software*¹⁶ Dragon Frame, o qual possibilitou comparar a captura de imagens de uma cena para outra e controlar a intensidade da iluminação.



Figura 24 – Vista do cenário com paredes removidas
Fonte: Autoras.

Com base no roteiro desenvolvido, era necessário outro cenário para a realização da filmagem, que se diferenciasse do quarto. Optou-se, então, pela parte externa do shopping Novo Batel, localizado no bairro do Batel na cidade de Curitiba,

¹⁶ *Software* pode ser definido como programas de computador, procedimentos e possivelmente documentos e dados associados pertinentes à operação de um sistema de computador (PETERS; PEDRYCZ, 2001).

Paraná. A escolha se deu ao fato de que as vitrines das lojas apareceriam como fundo das fotografias, enriquecendo a animação no que diz respeito a temática consumismo de vestuário. O cenário externo pode ser observado na Figura 25 - Cenário externo.



Figura 25 – Cenário externo
Fonte: Autoras.

5.8 ESCOLHA DE SONS

Enquanto se realizava o *storyboard*, os sons já estavam em processo de escolha, de acordo com Purves (2011), o som no *stop-motion*, como em qualquer filme, é um elemento primordial, e deve ser levado em consideração desde o início, já no processo de pré-produção, pois em um *stop-motion*, não é possível gravar os sons simultaneamente às filmagens, portanto, tudo deve ser criado do zero. Para isso, há bibliotecas de sons, que podem fornecer barulhos e ruídos necessários para o filme, porém, muitas vezes não são eficazes, pois podem ser grosseiros ou simplesmente não se encaixar na cena. Ainda segundo o autor, esses efeitos sonoros são bastante utilizados em cartuns para ressaltar a comicidade e os movimentos dos personagens, porém muitas vezes o boneco não permite tal exagero. Neste projeto, utilizou-se de bibliotecas de sons gratuitos encontradas na internet, como por exemplo, os sons da porta abrindo, dos passos, do toque do celular, do vento na janela, entre outros. Todos de maneira a se encaixar com a animação e proporcionar um resultado satisfatório.

Segundo Purves (2011), é possível também eleger somente um som que contribua para a história ou ambiente, por exemplo, uma música, ou então uma mistura de sons adequada que sugira espacialidade das personagens, ou seja, que identifique o local e o movimento que a personagem está executando. A escolha de músicas pode ser bastante satisfatória. O autor ainda afirma que o fato de uma animação não ter comprometimento com a realidade, faz com que trilhas sonoras musicais tenham mais afinidade do que diálogos. A música deve ser discutida no início do planejamento do filme.

Nesse contexto, a trilha sonora definida para esse projeto foi a música “*Lost in the Supermarket*” da banda inglesa de punk rock dos anos 70, *The Clash*. Não foram solicitados os direitos autorais sobre a música, pois trata-se de um trabalho acadêmico sem fins lucrativos. A música foi escolhida por possuir um ritmo que se relaciona com o público-alvo e também por abordar sobre a temática do consumismo alienado, conforme a tradução do refrão da música “*Lost in the Supermarket*”:

“Eu estou totalmente perdido no supermercado
Eu não consigo mais comprar feliz
Eu vim pelas promoções
Personalidade garantida”
(CLASH, 1979).

De acordo com Purves (2011), é por meio das músicas escolhidas que os sentimentos e emoções serão sugeridos. Mas também pode ser utilizada apenas como fundo para contextualizar a cena ou personagens. A música deve contribuir para dar movimento ao filme, levando a estimular o espectador.

A música do projeto, em um primeiro momento, aparece em segundo plano, com a intenção de parecer estar saindo do *tablet* do personagem. Já num segundo momento, quando o personagem se transforma em uma pessoa real, é inserida outra trilha sonora, uma mistura de sons que engloba respirações profundas e um instrumental de suspense, com o intuito de representar a angústia vivida pelo personagem.

5.9 PRODUÇÃO FOTOGRÁFICA

Após desenvolvidos o enredo, roteiro, *storyboard*, linguagem visual, construção do cenário e personagem, deu-se início à produção fotográfica, que é a etapa responsável por concretizar o projeto. Para entender melhor este processo, foi realizado um estudo a respeito de tudo o que engloba esta fase, sobretudo a técnica e suas possibilidades.

Em uma animação em *stop-motion*, há duas formas de se fazer as tomadas de cena, em quadros simples ou duplos (*by one* ou *by two*), é o que afirma Purves (2011). A animação em *by one*¹⁷ costuma ser mais trabalhosa para os animadores, porém possui uma maior suavidade e fluidez nos movimentos por conta do número de quadros por segundo.

Já a animação *by two*¹⁸, tem como principal característica apenas 12 quadros por segundo, representando, portanto, uma quebra brusca de movimento do personagem, sendo quase impossível uma suavidade na animação, limitando inclusive sua qualidade. É uma tomada que costuma ser mais trabalhosa para o espectador, pois ele precisa completar as informações ausentes mentalmente. A tomada *by two* muitas vezes é utilizada por conta de necessidades financeiras, ou até mesmo de limitações do personagem, como por exemplo, um personagem de madeira, ou com uma armadura mais restrita. A tomada mais utilizada pelos animadores em geral é a *by one*, que se caracteriza por ter 25 quadros por segundo, permitindo inserir mais detalhes, harmonia e sofisticação à animação, proporcionando também mais veracidade à estória.

Ainda segundo Purves (2011), muitas vezes o que vai determinar qual tomada a ser usada é a técnica que está sendo utilizada. Como por exemplo, se o personagem é de massinha, que possibilita maior quantidade de movimentos, ou se é de madeira e, portanto, restringe a sutileza de movimentos. A melhor estratégia é verificar quais são os recursos que o boneco oferece, e o tipo de movimento desejado para os personagens. É possível, portanto, misturar *by one* e *by two* na mesma ação.

¹⁷ Quadros simples na animação (PURVES, 2011, p. 128).

¹⁸ Quadros duplos na animação (PURVES, 2011, p. 128).

Neste projeto optou-se por utilizar a tomada *by one* em grande parte do filme, com o intuito de promover mais suavidade, harmonia e veracidade na animação. Porém, o fato de o personagem ser de madeira e possuir severas restrições no movimento, utilizou-se a tomada *by two* em algumas cenas, conforme pode ser visto na Figura 26 – Sequência de imagens de uma das cenas.



Figura 26 – Sequência de imagens de uma das cenas

Fonte: Autoras.

De acordo com Purves (2011), na etapa de produção fotográfica, um dos equipamentos fundamentais é câmera fotográfica, sem ela é impossível a execução do projeto, afinal, diferente das animações 2D e 3D, o *stop-motion* é a única que necessita de uma câmera, e esta é presença constante. Ainda segundo o autor, para apoiar a câmera, é essencial a utilização de um tripé, a fim de posicioná-lo de forma segura no chão evitando que se mova, afinal, uma pequena mexida no cenário pode comprometer toda a sequência da cena.

Como a técnica em *stop-motion* possui um cenário físico, Purves (2011) defende que a câmera, muitas vezes, pode atrapalhar, deixando por conta dos animadores a aptidão em se mover em torno dela, mesmo que isso reflita em posições desconfortáveis e eventuais dores na coluna. Segundo Purves (2011), atualmente, utiliza-se câmeras digitais de pequeno e médio porte. As digitais facilitam pelo seu retorno instantâneo e ainda se forem pequenas podem entrar nos cenários e captar ângulos antes impossíveis, contribuindo diretamente no resultado final da história. Além disso, há maior possibilidade de manipulação das imagens com eficácia e rapidez. Certamente, as câmeras digitais tornaram todo o processo mais acessível e rápido. No *stop-motion*, o fato de haver uma câmera presente em frente ao cenário o tempo todo, implica em algumas limitações físicas, por exemplo, o acesso ao cenário, as sombras causadas pelas movimentações da câmera, são desafios que precisam ser superados com muita criatividade, porém o resultado costuma ser gratificante.

Para a execução deste projeto, utilizou-se uma câmera digital da série DSLR, de médio porte da marca Nikon e modelo D7000, com lentes cambiáveis. A lente utilizada foi uma 17-35 mm AF 2.8. A câmera esteve conectada a um *notebook* por meio de um cabo USB, durante toda a produção fotográfica, e a captura das imagens foram feitas pelo *software* Dragon Frame. Houve diversas dificuldades com relação ao uso da câmera, muitos ângulos não puderam ser capturados devido às sombras geradas pela própria câmera, outros ângulos, por sua vez, não foram realizados, pois a distância focal da lente não permitia fazer capturação macro dos objetos do cenário. Entretanto, com criatividade, a equipe procurou alternativas para esses problemas e realizou todo o processo com êxito e satisfação.

Para Purves (2011), o fato de atualmente as câmeras digitais de altíssima definição terem dominado o cinema, possibilitou então algumas modificações no movimento e/ou nos planos na pós-produção. Ou seja, é possível incluir zoom em algumas cenas para ressaltar detalhes ou movimentos específicos, entre outras modificações. Purves (2011) defende que é necessária precaução, pois as imagens podem parecer óbvias e triviais, não alcançando o objetivo esperado.

Neste projeto utilizou-se o recurso do zoom para fazer mais detalhes, como por exemplo, no rosto do boneco, nas mãos e nos pés. Além de detalhes dos objetos, bem como, o uso de foco e desfoque.

Conforme discorre Purves (2011), para que os movimentos da câmera sejam mais eficazes, é de extrema importância utilizar um cenário real rico em detalhes, por isso neste projeto foram trabalhados todos os detalhes de forma minuciosa e proposital, para dar mais realidade à animação.

Contudo, Purves (2011) afirma que, para uma animação ser mais eficaz, a câmera precisa ser posicionada a cada quadro, porém muitas vezes o acesso ao cenário é limitado. Essa questão pode ser corrigida com a construção de um cenário inteligente. Foi pensando nisso, que o cenário deste projeto foi construído com as paredes removíveis, conforme Figura 27 - Processo de captura de imagens. No entanto, ainda assim surgiram dificuldades na hora de posicionar a câmera para a captura do ângulo que se pretendia.



Figura 27 – Processo de captura de imagens
Fonte: Autoras.

Todo o cenário foi feito pensando em melhor satisfazer as necessidades do projeto e principalmente para facilitar o processo de captura das fotografias. Esta etapa foi a mais longa e trabalhosa, uma vez que o *stop-motion* consiste em fotografias sequenciais, e quanto maior o número de imagens maior a quantidade de detalhes. Além disso, foi necessário refazer algumas cenas, pois, conforme afirmado por Purves (2011), qualquer movimento fora do planejado pode comprometer toda uma cena.

Outra etapa importante foi a captura das imagens das cenas externas, já com a presença do ator. As fotos foram realizadas no dia 15 de novembro de 2013, uma vez que era feriado nacional da Proclamação da República e favorecia a equipe, que necessitava de um ambiente público sem circulação de pessoas. A única dificuldade encontrada durante esta etapa do projeto foi a circulação de algumas pessoas que passavam pelo local no momento da fotografia. Porém não se encontrou dificuldades relevantes com relação ao cenário ou personagem, pois a construção de ambos não foi necessária, ou seja, o cenário já existia e o personagem trata-se de um ator que possui total controle de seus movimentos, necessitou apenas ser dirigido pela equipe.

Apesar de todo o trabalho e tempo dedicado durante o processo de fotografia das cenas internas e externas, esta foi a fase mais satisfatória, pois nela foi possível observar o projeto ganhando forma.

5.9.1 Iluminação

Nesta etapa, de acordo com Purves (2011), a iluminação é fundamental para direcionar o espectador ao que deve ser visto, bem como auxiliar na credibilidade do filme. É por meio do projeto de iluminação que os detalhes são mostrados e enfatizados, como o contorno e textura dos bonecos, e também ajudar no movimento das personagens e na característica espacial.

Ainda segundo o autor, da mesma forma que a câmera possui limitações físicas dividindo o espaço com o cenário e os animadores, a iluminação artificial também possui suas peculiaridades. Um dos maiores problemas com as luzes em um estúdio de *stop-motion* é o fato de ficarem acesas por longos períodos de tempo, o que pode levar a oscilações ou até mesmo a uma lâmpada queimada, são fatores que podem gerar mudança na intensidade e no brilho da animação, o que são claramente visíveis entre os quadros. Portanto, Purves (2011) alega a importância da possível necessidade de troca de lâmpadas.

No que diz respeito à iluminação, Purves (2011) também pontua sobre as sombras, as quais são tão importantes quanto as pausas dos movimentos. São elas que proporcionam drama, suspense e noção de geografia real. As sombras não só podem como devem sugerir arquiteturas construídas, detalhes que não existem, mas que permitem um resultado magnífico, como por exemplo, sombra de árvores, uma hora do dia, calor ou frio, sugerir um clima. Nesse contexto, Purves (2011) defende que não se deve ter medo de ousar nas sombras, utilizando inclusive o *crossfading*¹⁹ no final das cenas, ou realçá-las concentrando mais luz.

Durante a captura das imagens deste projeto utilizou-se fontes de luzes contínuas, como luminárias de lâmpadas incandescentes, que na animação serviram para representar a luz do sol, a qual entrava pela janela. Foi utilizado, também, um ponto fixo de luz, que ficava centralizado acima do cenário, para simular a luz do quarto. Assim como citado pelo autor, também existiram problemas de oscilação de luz, provocadas pelas instalações elétricas do local onde foi montado o estúdio. Este problema foi corrigido na pós-produção com a edição das imagens.

¹⁹ É a técnica de diminuir gradativamente uma imagem ou som (*fade out*), enquanto uma segunda imagem ou som aumenta gradativamente (*fade in*). (PURVES, 2011, p. 144).

Além disso, houve preocupação em relação às sombras das paredes que eram retiradas do cenário para que ficassem praticamente imperceptíveis. Obteve-se muito cuidado para que a fonte principal de luz fosse a luz do sol que entrava pela janela, e, portanto, iluminava apenas o lado direito do boneco, em todos os ângulos fotografados, conforme pode ser visto na Figura 28 - Iluminação da janela. O uso de uma cartolina branca como rebatedor auxiliou na minimização de sombras desnecessárias, conforme Figura 29 - Uso de rebatedor durante a produção fotográfica. Outra questão importante foi a cor das fontes de luz, que precisavam ser amarelas, para proporcionar um ambiente mais quente, conforme descrito no item 5.5 deste trabalho.

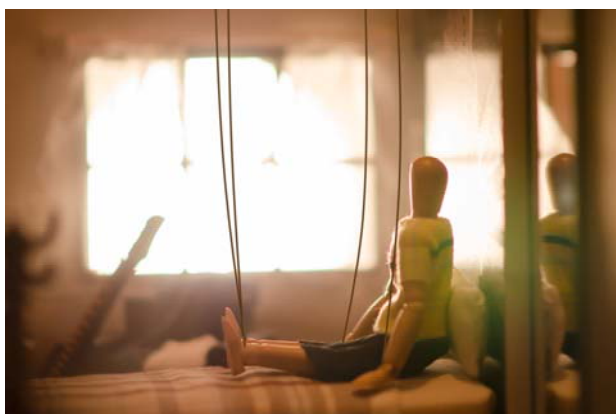


Figura 28 – Iluminação da janela
Fonte: Autoras.



Figura 29 – Uso de rebatedor durante a produção fotográfica
Fonte: Autoras.

Já com relação às cenas fotografadas no cenário externo, a iluminação era natural, com a luz do Sol. A sessão fotográfica com o ator foi realizada aproximadamente às 08 horas da manhã, sob a sombra da cobertura externa do shopping e propositalmente em um horário em que a incidência da luz do sol é mais suave e difusa, o que contribuiu para a qualidade da iluminação do vídeo. Uma das

dificuldades encontradas foi que a luz do Sol incidiu muito intensamente em apenas um dos lados do personagem, entretanto, as cenas não foram comprometidas devido ao cenário ter funcionado como rebatedor natural, suavizando as sombras e contrastes.

A etapa da iluminação foi alcançada com êxito, pois se obteve a iluminação desejada desde o início do projeto, quando ainda estava no processo de pesquisa de referências visuais.

5.10 PÓS-PRODUÇÃO

A etapa da pós-produção consiste no tratamento e edição das imagens e sons. Nessa fase também são realizadas interferências digitais complementando com detalhes a animação. Ela permitiu que o enredo pudesse ser finalizado com êxito, englobando todos os elementos visuais necessários para a correta transmissão da mensagem.

5.10.1 Edição de Imagem

Após todas as cenas terem sido fotografadas e a fase de animação estar completa, passa-se para o processo de edição, o qual é fundamental para a finalização do projeto. As imagens precisam ser colocadas em sequência e em seguida passar por ajustes de brilho, contraste, cor, correção de alguns detalhes, assim como inclusão de outros, por exemplo, a imagem de barras de sinal na tela da televisão e a inserção dos fios da marionete. Para esse tipo de edição, foi utilizado o *software* de tratamento de imagens Adobe Photoshop CS6.

Após o tratamento necessário de cor e luz, foram inseridos digitalmente alguns detalhes fundamentais para o enredo. As sacolas de compras nas mãos do boneco foram imagens tratadas de maneira a harmonizar os tons de cores e os desfoques, assim como inseridas quadro a quadro para acompanhar a animação. A inserção dos fios presos nos pulsos e tornozelos no personagem, que permitem a representação de uma marionete, seguiu a mesma linha de tratamento das sacolas, atentando-se para a veracidade da montagem. Ainda durante esta etapa se aplicou também a ilustração do balão de pensamento, com a imagem do boneco realizando

compras no *shopping*. Esta ilustração foi desenvolvida com o *software* Adobe Flash CS6, e posteriormente aplicada nas fotografias, para então, ser animada quadro a quadro.

Na sequência de fotos externas, fez-se necessário a edição de detalhes, como a retiradas de transeuntes e carros, que poderiam desviar a atenção do espectador. Além disso, foi preciso manipular as imagens para manter um padrão na iluminação do cenário interno e externo, ajustando as cores e intensidade da luz.

5.10.2 Edição de Vídeo

Uma vez que todas as fotos estão com o tratamento correto e já foram posicionadas em sequência, é necessário escolher algum *software* de edição de vídeo, que neste caso, foi o Adobe Premiere CS6. Nele foi possível ajustar o tempo dos *frames*, que resultou em 30 fps (*frames* por segundo), bem como alguns ajustes finais de cor, explorando recursos e ferramentas disponíveis no próprio *software*.

A transição de uma cena para outra foi realizada com cortes diretos, mas, para que as mudanças não ocorressem de forma brusca, aumentou-se o tempo de permanência do último quadro de cada cena, facilitando a assimilação da mensagem pelo espectador, antes da transição.

Nas mudanças do ambiente interno para o externo, no momento em que o personagem se olha no espelho, é feita uma transição brusca, utilizando o recurso do *zoom* para dar a sensação de suspense. Utilizou-se como referência para esta cena, o filme “O Iluminado”, dirigido por Stanley Kubrick, conforme Figura 30 - Cena do filme “O Iluminado”. O filme de terror, baseado no livro de Stephen King, é um dos clássicos deste gênero.



Figura 30 – Cena do filme “O Iluminado”
Fonte: Autoras.²⁰

²⁰ Disponível em: <<http://overdosededeentretenimento.blogspot.com.br/2013/05/o-iluminado.html>>.

Durante a fase da edição do vídeo, na cena do ambiente externo, realizou-se a sobreposição de camadas contendo filtros e efeitos, gerando intencionalmente um efeito difuso e confuso, por se tratar de um sonho.

Outra etapa fundamental é a edição do áudio. Inicialmente trabalhou-se com sons e ruídos ambientes, como a porta abrindo, os passos do personagem, barulho externo, etc. Todos eles sincronizados com os objetos e momentos correspondentes. Em seguida, a trilha sonora principal foi introduzida de maneira crescente. No instante em que o boneco se encontra com o homem real no espelho, foi feita uma pausa na música, e adicionado um som de suspense para impactar o espectador. Após a mudança de cenário, entra outra trilha sonora.

As últimas etapas a serem editadas foram a abertura e os créditos finais. A edição da abertura do vídeo se deu de maneira simples, com a inserção do título escolhido, “O consumo te consome?”, e nome das realizadoras do projeto, utilizando a tipografia Geogrotesque Stencil. O título foi inserido sob a primeira fotografia da cena da porta abrindo. O título foi criado nesta etapa com a finalidade de instigar o espectador sobre o tema, e provocar curiosidade para a visualização da animação.

Depois de concluída a história, foram inseridas duas frases do poema “Eu, etiqueta”, para melhor contextualizar a animação, a primeira é: “É doce estar na moda, ainda que a moda seja negar minha identidade,” (ANDRADE, 1984, p. 85), e a segunda: “Já não me convém o título de homem. Meu nome novo é coisa. Eu sou a coisa, coisamente.” (ANDRADE, 1984, p. 85).

Por fim os créditos finais foram feitos com imagens do cenário em macro, incluindo o nome das realizadoras do projeto, a participação especial do ator e informações a respeito da instituição de ensino e orientadora deste trabalho de diplomação.

5.11 DIVULGAÇÃO

Após a finalização da edição, o vídeo estará pronto para a divulgação. A veiculação da animação final foi feita por meio da internet e redes sociais como facebook, youtube e vimeo, e pode ser visualizada por qualquer pessoa que tenha acesso à *web*. Sabendo que, de acordo com o SEBRAE/PR (2010, p. 40), “a utilização da internet e redes sociais se tornam fontes de informação e pesquisa dos consumidores.”, utilizou-se desta ferramenta para facilitar o acesso do público ao

projeto. O uso da internet como forma de pesquisa e acesso à informação está mais presente entre os jovens de 16 e 24 anos, pois esta geração está mais familiarizada com o acesso à internet. No entanto, o uso da web está se difundindo cada vez mais em todas as idades e camadas da sociedade (SEBRAE/PR, 2010).

De maneira a justificar a escolha por esta ferramenta de divulgação, pode-se apontar a conclusão da pesquisa realizada pelo SEBRAE/PR (2010):

“[...] em 90% das tendências expostas pelos institutos de pesquisa e especialista entrevistados, a internet é apresentada como o principal influenciador e direcionador do comportamento da sociedade atual [...]. Hoje, ela influencia diretamente os hábitos de consumo da população e é a melhor forma de identificar as principais tribos de nossa sociedade.” (SEBRAE/PR, 2010, p. 46).

Como forma de validação da animação, foi elaborado um questionário *online*, criado a partir do aplicativo *google drive*, com a ferramenta “formulário”. A pesquisa engloba seis perguntas relevantes para o *feedback*²¹, as quais foram aplicadas para um público em geral, priorizando a faixa etária do público-alvo do projeto. O questionário está disponível para visualização no APÊNDICE C - Questionário.

A pesquisa foi realizada com uma amostragem de 70 pessoas, dentre elas, 41 mulheres e 28 homens, conforme ilustra a Figura 31 – Gênero.

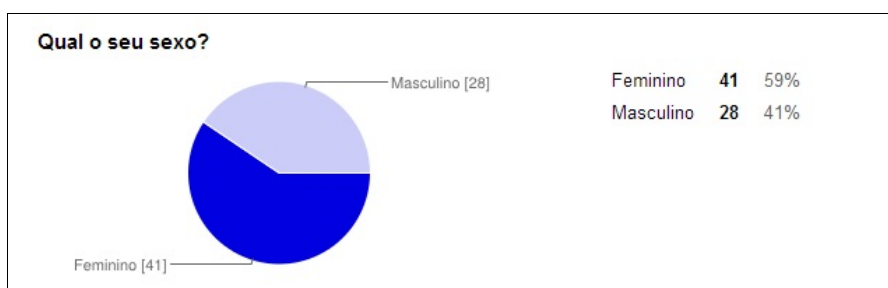


Figura 31 – Gênero
Fonte: Autoras.

Dentre as pessoas que responderam o questionário, 79% correspondem a jovens dentro da faixa etária do público-alvo, comprovando que a amostragem foi relevante para a validação da pesquisa, de acordo com a Figura 32 – Idade.

²¹ *Feedback* é uma palavra inglesa que significa realimentar ou dar resposta a uma determinado pedido ou acontecimento. Disponível em: <<http://www.significados.com.br/feedback/>>. Acesso em: 15 dez. 2013.

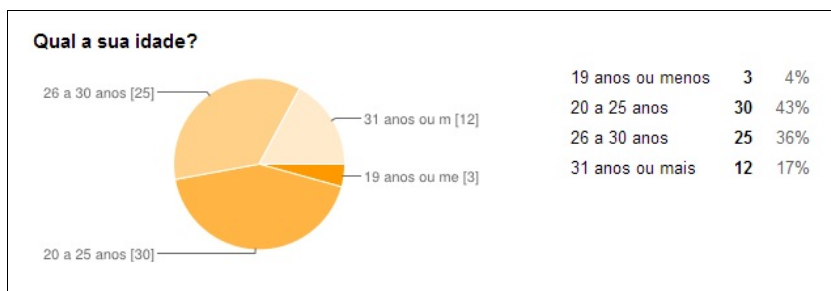


Figura 32 – Idade
Fonte: Autoras.

Para comprovar que o público alvo possui poder aquisitivo para o consumo de bens materiais, 90% das pessoas entrevistadas afirmaram já possuir renda, como mostra a Figura 33 – Renda.

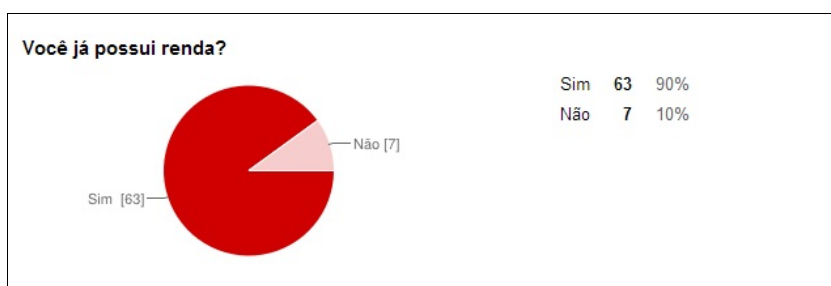


Figura 33 – Renda
Fonte: Autoras.

Apesar de apenas 19% dos entrevistados afirmarem não se identificar com o personagem, a maioria deles, um total de 65%, considerou a abordagem sobre o consumismo suficiente, contra apenas 10% que julgaram insuficiente. Estes dados podem ser observados na Figura 34 – Personagem e Abordagem do tema.

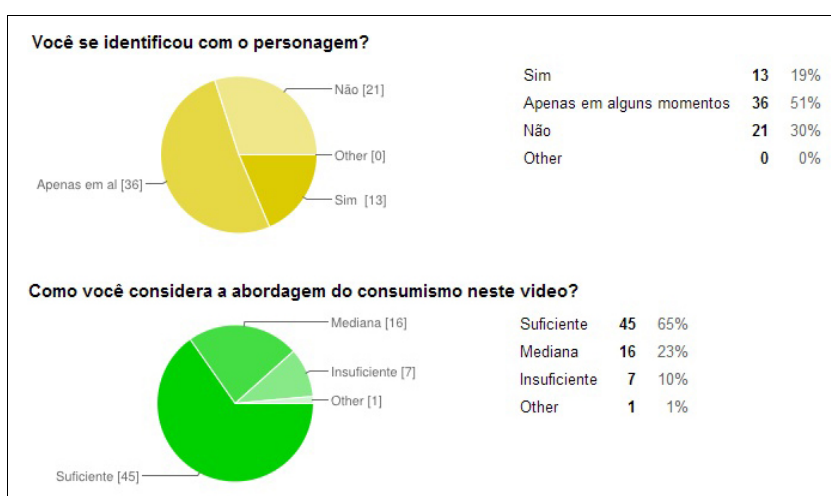


Figura 34 – Personagem e Abordagem do tema
Fonte: Autoras.

Por fim, foi aplicado no questionário uma pergunta decisiva para o real *feedback* da animação, bem como a comprovação de que o objetivo foi alcançado. Conforme mostra a Figura 35 – Reflexão, 69% dos entrevistados afirmaram que foi possível refletir sobre o consumismo ao assistir o vídeo.

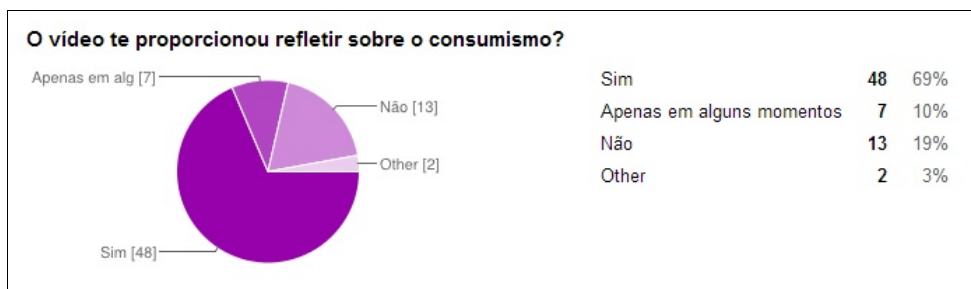


Figura 35 – Reflexão

Fonte: Autoras.

A partir dos resultados obtidos pela amostragem coletada, pôde-se observar que a animação cumpriu seu objetivo.

A animação pode ser visualizada através do CD presente no APÊNDICE D – CD Stop-motion deste trabalho, ou ainda, através dos links no youtube e vimeo, descritos respectivamente:

<http://www.youtube.com/watch?v=55WS5OahnTY>

<https://vimeo.com/84943658>.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A animação em *stop-motion* é um processo bastante longo e cheio de detalhes. Durante o desenvolvimento deste projeto foi possível adquirir inúmeros conhecimentos em áreas relacionadas ao design, principalmente sobre o processo de animação em *stop-motion*, assim como aprender com os erros e surpresas encontradas durante este processo. Além disso, muitos dos conhecimentos adquiridos durante o curso de graduação em Design Gráfico puderam ser utilizados e aperfeiçoados.

A execução do projeto aprimorou o conhecimento dos *softwares*, bem como a noção de tempo de execução de um projeto grande e detalhado e a responsabilidade no cumprimento do cronograma, adquirindo também, experiência prática em fotografia e iluminação. Aprendeu-se que a pesquisa é fundamental para executar qualquer projeto, pois proporciona direcionamento e inclusive auxilia no processo criativo, organizando todas as ideias.

A experiência adquirida pode ser utilizada no mercado trabalho, pois as atividades que foram executadas durante o projeto são parte de um dos inúmeros ramos em que o designer gráfico pode atuar, fazendo parte dessa área também o *stop-motion* para vídeo clipes, curta-metragem, filmes e inclusive, as próprias animações.

As dificuldades encontradas ao longo do projeto tiveram relevância para o aprendizado da equipe, que agora se sente mais experiente e preparada para a execução de um projeto de animação complexo. Podem-se mencionar alguns exemplos, como a oscilação da luz no local do cenário em miniatura, que poderia ter sido evitada se houvesse um orçamento maior para a realização do projeto. Uma possível solução seria o aluguel de um estúdio profissional com equipamentos, se houvesse orçamento maior disponível. Além disso, a circulação de veículos e pessoas durante a fotografia das cenas externas gerou muito trabalho de edição das imagens com o fim de padronizá-las.

A equipe atualmente sabe o que não funciona para um projeto de *stop-motion* e o que evitar. Uma das falhas identificadas na execução da animação foi a escala do cenário e personagem, os quais eram muito pequenos, e dificultaram a execução da animação. Se houverem oportunidades de criar um novo projeto de

stop-motion, desde o início, o cuidado com esse detalhe será maior. Outro ponto relevante a ser mencionado é o fato de que o roteiro e *storyboard* sofreram modificações ao longo do projeto, e que isso não é necessariamente um ponto negativo.

A realização de pesquisas a respeito do tema do trabalho e da técnica em *stop-motion* foi essencial para dar início ao projeto e serviu como suporte durante todo o processo de execução. Para o desenvolvimento da história da animação, foi importante também tomar conhecimento das atualidades do mundo e dos assuntos que estão em evidência, sendo a pesquisa essencial nessa tarefa, pois grande parte do valor de uma animação se deve à sua história e mensagem que carrega consigo, possibilitando o despertar do sentimento do público.

Assim como nos projetos de design, uma boa animação deve suprir alguma necessidade, seja ela qual for. Este trabalho foi eficaz e cumpriu o seu objetivo, uma vez que todas as etapas da metodologia foram seguidas e concluídas, de maneira a consolidar o produto final. A animação ficou com a linguagem visual pré-estabelecida. A mensagem pretendida foi transmitida por meio da ferramenta elegida desde o início do projeto, que são as redes sociais. O questionário aplicado de maneira a validar o projeto proporcionou um *feedback* positivo em relação ao objetivo proposto.

Além disso, o trabalho possibilitou que as pessoas que assistiram a animação pudessem pensar o consumismo de uma maneira diferente, bem como o seu papel de consumidor na sociedade, como as pessoas se vêem e se há influência dos produtos que consomem na formação de suas identidades.

REFERÊNCIAS

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **Dicionário teórico e crítico de cinema**. ed. Papyrus, 2001.

ANDRADE, Carlos Drummond. **Corpo**. Rio de Janeiro: Record, 1984.

ARAÚJO, Felipe. **Marionete**. Disponível em:

<<http://www.infoescola.com/teatro/marionete/>>. Acesso em: 19 jan. 2014.

BARROS, Lilian M. R. **A cor no processo criativo**. São Paulo: SENAC, 2006.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

CESAR, Newton. **Os primeiros segredos da direção de arte**. Brasília. Secac-DF. 2009.

CETIC-BR. **Pesquisa Sobre O Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil**. 2010.

COMPARATO, Doc. **Da Criação ao Roteiro**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

COMISSÃO DE NORMALIZAÇÃO DE TRABALHOS ACADÊMICOS. **Normas para Elaboração de Trabalhos Acadêmicos**. Disponível em:

<http://www.utfpr.edu.br/dibib/normas-para-elaboracao-de-trabalhos-academicos/normas_trabalhos_utfpr.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2012.

DONALD, James; FRIEDBERG, Anne; MARCUS, Laura. **Close Up: Cinema And Modernism**. Volume 1, nº 1, London: British Library, 1998.

FAVA, Antonio Roberto. **A dialética iluminada de Drummond**. Disponível em:

<http://www.unicamp.br/unicamp/unicamp_hoje/ju/outubro2002/unihoje_ju194pag06.html>. Acesso em: 23 fev. 2013.

FLASH KIT: A Flash Developer Resource Site. Disponível em:

<<http://www.flashkit.com/soundfx/>>. Acesso em: 02 jan. 2014.

FUENTES, Rodolfo. **A prática do design gráfico: uma metodologia criativa.** São Paulo: Rosari, 2006.

GAMA, Paola; SENDRA, Fernanda. **A fotografia sequencial de Eadweard Muybridge e o cinema de animação.** Disponível em: <http://www.dad.puc-rio.br/dad07/arquivos_downloads/32.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2013.

HART, John. **The art of Storyboard - A filmmaker's introduction,** 2ª ed. Focal Press - Taylor & Francis Group, 2007.

HURTER, Bill. **A luz perfeita: guia da iluminação para fotógrafos.** 3ª ed. Tradução Tim Martin Stohrer. Balneário Camboriú, SC: Photos, 2010.

JANOTA, Dauton; PILOGO, Ricardo; PIOLOGO, Rodrigo. **Macromedia Flash Animado – Técnicas Avançadas em Design & Animações.** Rio de Janeiro: Axcel Books do Brasil Editora, 2004.

FRANCO, Kelly. **Consumismo é igual para homens e mulheres.** Disponível em: <<http://www.redebomdia.com.br/noticia/detalhe/349/Consumismo+e+igual+para+homens+e+mulheres>>. Acesso em: 05 jan. 2013.

LACY, Marie Louise. **O poder das cores no equilíbrio dos ambientes.** São Paulo: Pensament-Cultrix Ltda., 1996.

McCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo.** Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MENDONÇA, Fernando. **O sonho surrealista no cinema: Recordando a Parceria entre Dalí e Hitchcock.** 2008. Disponível em: <<http://www.ipv.pt/millenium/millenium34/6.pdf>>. Acesso em: 28 dez. 2013.

MOSS, Hugo. **Como Formatar o seu Roteiro.** 1998. Disponível em: <<http://www.youblisher.com/p/463542-Como-Formatar-O-Seu-Roteiro-Hugo-Moss/>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

PARRAMÓN, J. M. **Luz e sombra em desenho e pintura.** Barcelona: Parramón Ediciones S.A., 1977.

PEDROSA, Israel. **Da cor a cor inexistente.** Rio de Janeiro: Léo Cristiano, 2003.

PETERS, James F.; PEDRYCZ, Witold. **Engenharia de Software: Teoria e Prática**. Rio de Janeiro, Campus, 2001.

PRIEBE, Ken A. **The Art of Stop-Motion Animation**. Boston: Course Technology, 2007.

PURVES, Barry. **Animação Básica 2: Stop-motion**. Coleção *Bookman*. Artmed Editora, 2011.

QUELUZ, Marilda Lopez Pinheiro, organização. **Design & Consumo**. Curitiba, PR: Peregrina, 2010.

QUELUZ, Marilda Lopez Pinheiro, organização. **Design & Identidade**. Curitiba, PR: Peregrina, 2010.

SEBRAE/PR. **Produto de Inteligência Setorial: Tendências de Consumo**. Projeto: Outsourcing de Inteligência Setorial do SEBRAE/PR, setembro de 2010.

RAMALHO, J. A.; PALACIN, Vitché. **Escola de Fotografia**. 4ª ed. São Paulo: Futura, 2004.

SINGER, Paul Israel. **O capitalismo: sua evolução, sua lógica e sua dinâmica**. 15 ed. São Paulo: Moderna, 1997.

SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SUSSKIND, Stella Kochen. **Os mistérios do consumidor masculino**. Disponível em: <<http://www.clientesa.com.br/artigos/42894/os-misterios-do-consumidor-masculino/imprimir.aspx>>. Acesso em: 15 dez. 2013.

VITCHÉ, Palacin; RAMALHO, José Antonio. **Escola de fotografia**. São Paulo: Futura, 2004.

ZARAT, Paulo. **Homens estão mais vaidosos e consumistas**. Disponível em <<http://file060.blogspot.com.br/2009/02/homens-estao-mais-vaidosos-e.html>>. Acesso em: 05 jan. 2013.

APÊNDICE A - Roteiro

APÉNDICE B - Storyboard

APÊNDICE C - Questionário

Questionário - Animação Stop-motion "O Consumo te Consome?"

Obs.: Marque apenas uma alternativa em cada pergunta.

*Obrigatório

1. Qual o seu sexo?
 - a) Feminino
 - b) Masculino

2. Qual a sua idade?
 - a) 19 anos ou menos
 - b) 20 a 25 anos
 - c) 26 a 30 anos
 - d) 31 anos ou mais

3. Você já possui renda?
 - a) Sim
 - b) Não

4. Você se identificou com o personagem? *
 - a) Sim
 - b) Apenas em alguns momentos
 - c) Não
 - d) Outro

5. Como você considera a abordagem do consumismo neste vídeo? *
 - a) Suficiente
 - b) Mediana
 - c) Insuficiente
 - d) Outro

6. O vídeo te proporcionou refletir sobre o consumismo? *
 - a) Sim
 - b) Apenas em alguns momentos
 - c) Não
 - d) Outro

APÊNDICE D – CD Stop-motion