



**UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA**  
**RICARDO MENDONÇA DA SILVEIRA**

**DESCOBRINDO UM OUTRO CINEMA: UMA ANIMAÇÃO 2D**

Florianópolis

2020

**RICARDO MENDONÇA DA SILVEIRA**

**DESCOBRINDO UM OUTRO CINEMA: UMA ANIMAÇÃO 2D**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Design da Universidade do Sul de Santa Catarina como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Dr. Cláudio Henrique da Silva

Florianópolis

2020

**RICARDO MENCONÇA DA SILVIERA**

**DESCOBRINDO UM OUTRO CINEMA: UMA ANIMAÇÃO 2D**

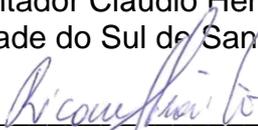
Este Trabalho de Conclusão de Curso foi Bacharel em Design e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Florianópolis/SC, 11 de dezembro de 2020.



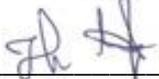
---

Professor e orientador Cláudio Henrique da Silva, Dr.  
Universidade do Sul de Santa Catarina



---

Prof. Ricardo Goulart Tredezini Straioto, Dr.  
Universidade do Sul de Santa Catarina



---

Prof. Juliano Mazute, Ms.  
Universidade do Sul de Santa Catarina

Dedico este trabalho a todos os profissionais que honradamente lutam para evoluir e difundir o cinema brasileiro.

## **AGRADECIMENTOS**

Inicialmente, agradeço aos meus pais, Rosalvo e Roseli, e aos meus padrinhos, Romildo e Shirley, responsáveis por minha educação do jardim de infância até o atual momento.

Agradeço a minha namorada, Milena, por todo o apoio do início ao fim deste projeto e por me incentivar nas 25.000 vezes que pensei em desistir.

Agradeço também ao meu amigo Lucas, com quem tive a conversa que motivou este projeto e a minha amiga, Thays, que esteve ao meu lado desde o início da graduação.

Por fim, mas não menos importante, agradeço aos incríveis mestres com quem tive o prazer de conviver e por todo os seus conhecimentos transmitidos, em especial ao meu professor orientador Claudio Henrique da Silva.

Não sei, só sei que foi assim! (O Auto da Compadecida, 2000)

## RESUMO

O cinema brasileiro obteve um crescente número de visualizações na última década, porém ainda assim possui bilheterias pouco expressivas quando em comparação com as grandes produções internacionais. E, esta mesma questão se repete na veiculação de filmes e séries nacionais na programação das emissoras de televisão e disposição de conteúdos nas plataformas de *streaming*. Com isso, acaba diretamente atingida a propagação da cultura nacional, a qual deixa de ter o destaque que deveria, bem como, afetada toda população brasileira que, por sua vez, deixa de se ver representada nas telas, tendo seus traços culturais perdidos e não detendo a possibilidade de desfrutar dos avanços da produção desta arte nacionalmente, ou seja, não apenas num viés social, mas também econômico. Em meio a esta problemática surgiu então o objetivo de, por meio do Design de animação e de um curta animado ressaltar a importância do cinema nacional como forma de preservação da cultura brasileira e de ferramenta de identificação das pessoas com as produções cinematográficas. Para isso, optou-se por promover, inicialmente, um estudo teórico/bibliográfico da conexão do design com a cultura, do cinema nacional e suas barreiras, das contribuições do designer para a animação e dos princípios da animação, na sequência, uma pesquisa de campo com a pretensão de compreender as motivações do desinteresse da população em relação as produções nacionais e, posteriormente, o curta animado acerca da importância do cinema nacional como uma forma de autoafirmação cultural. Para tanto, foi utilizado o método de pesquisa de Prodanov e Freitas e o método de Design de Animação de Bugay. Assim, por meio da pesquisa teórica e de campo que justificou este projeto restou compreendido, como resultado final, os principais motivos que distanciam as pessoas do cinema nacional, quais sejam, a baixa oferta e divulgação quando comparado aos demais filmes e o fenômeno denominado “estrangeirismo”, concepção desenvolvida em decorrência da forte influência que os conteúdos, materiais e pensamentos estrangeiros acabam por projetar sobre a população brasileira. Por fim, através dos estudos acerca do Design de animação foi possível obter o resultado esperado, a conclusão do curta animado denominado “Descobrimos um Outro Cinema”.

Palavras-chave: Cinema nacional. Cultura. Design de animação.

## ABSTRACT

The Brazilian cinema has seen an increasing number of views in the last decade, but it still has a small box office when compared to major international productions. And, this same issue is repeated in the broadcasting of films and national series in the programming of television stations and the provision of content on streaming platforms. As a result, the propagation of national culture has just been directly affected, which no longer has the prominence it should have, as well as affected the entire Brazilian population, which, in turn, ceases to be represented on the screens, with its cultural features lost and holding the possibility of enjoying the advances in the production of this art nationally, that is, not only from a social, but also an economic perspective. In the midst of this problem, the objective arose, through Animation Design and an animated short, to highlight the importance of national cinema as a way of preserving Brazilian culture and as a tool for identifying people with cinematographic productions. To this end, it was decided to promote, initially, a theoretical / bibliographical study of the connection between design and culture, national cinema and its barriers, the designer's contributions to animation and the principles of animation. field with the intention of understanding the motivations of the population's lack of interest in relation to national productions and, later, the animated short about the importance of national cinema as a form of cultural self-affirmation. For that, the research method of Prodanov and Freitas and the method of Bugay Animation Design were used. Thus, through the theoretical and field research that justified this project, it was understood, as a final result, the main reasons that distance people from national cinema, namely, the low offer and promotion when compared to other films and the phenomenon called “foreignism”, conception developed as a result of the strong influence that foreign contents, materials and thoughts end up projecting on the Brazilian population. Finally, through studies about animation design, it was possible to obtain the expected result, the conclusion of the animated short called “Discovering Another Cinema”.

Keywords: National cinema. Culture. Animation Design

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Metodologia de Pesquisa Científica .....	19
Figura 2 – Etapas de Produção - Design de Animação .....	22
Figura 3 - Metodologia de Beane adaptada para a produção de animação 2D.....	23
Figura 4 - Fluxograma - Delimitação .....	24
Figura 5 - Pontos .....	41
Figura 6 - Distanciamento entre pontos .....	41
Figura 7 - Junção de pontos pode “transmitir uma emoção” .....	41
Figura 8 - Junção de linhas para a criação de formas.....	42
Figura 9 - A aplicação estratégica do uso das formas ao projetar personagens .....	43
Figura 10 - Traços a lápis e animação colorida .....	44
Figura 11 - Cores quentes e frias.....	45
Figura 12 - Círculo Cromático.....	46
Figura 13 - Gradação .....	47
Figura 14 - Sombra construída com a diferença de tonalidade .....	47
Figura 15 – Construção de uma textura.....	48
Figura 16 - Influência do cenário na percepção de escala .....	49
Figura 17 - Representação do movimento ao quicar de uma bola.....	50
Figura 18 - Representação do princípio Comprimir e Esticar.....	51
Figura 19 - Representação do princípio Antecipação.....	52
Figura 20 - Representação do princípio Encenação.....	53
Figura 21 - Cena construída a partir de um quadro inicial - ação contínua .....	54
Figura 22 - Cena construída quadro a quadro - pose a pose.....	54
Figura 23 - Representação do princípio Continuidade e Ação Sobreposta .....	55
Figura 24 – Representação do princípio Acelerar e Desacelerar .....	56
Figura 25 - Representação do princípio dos Arcos .....	57
Figura 26 – Representação do princípio da ação secundária.....	57
Figura 27 – Representação do princípio de temporização .....	58
Figura 28 - Representação do princípio do exagero.....	59
Figura 29 – Representação do Princípio do exagero aplicado em uma caminhada ..	60
Figura 30 – Representação do Princípio do Desenho Sólido.....	61
Figura 31 – Representação do Princípio do Apelo.....	62
Figura 32 - Idade.....	64

Figura 33 – Gênero .....	65
Figura 34 - Região .....	65
Figura 35 - Escolaridade.....	66
Figura 36 - Gênero de Filmes.....	66
Figura 37 - Local de consumo de conteúdo cinematográfico.....	67
Figura 38 - Quantidade de filmes que costuma assistir ao mês .....	68
Figura 39 - Quantidade de filmes nacionais que costuma assistir .....	69
Figura 40 - Quantidade de filmes que costuma assistir em salas de cinema.....	69
Figura 41 - Quantidade de filmes nacionais em sala de cinema .....	70
Figura 42 - Habitualidade do consumo de filmes nacionais .....	71
Figura 43 - Procura de filmes nacionais em plataforma de Streaming .....	71
Figura 44 - Filmes mais citados durante a pesquisa .....	74
Figura 45 - Painel de referências .....	79
Figura 46 - As 3 principais referências nacionais para o projeto.....	80
Figura 47 - Esboço personagem principal.....	81
Figura 48 – Teste de cores .....	82
Figura 49 - Personagem principal: Gabriel - versão final.....	83
Figura 50 - Especificação de cores utilizadas no personagem Gabriel.....	84
Figura 51 - Esboço final personagem atendente do cinema .....	85
Figura 52 - <i>Art Line</i> personagem atendente do cinema .....	85
Figura 53 - Colorização personagem atendente do cinema.....	86
Figura 54 – Processo de criação dos figurantes .....	87
Figura 55 - Referências de salas de cinema.....	88
Figura 56 - Referência do interior de cinemas brasileiros.....	89
Figura 57 - Referência faixadas de cinema.....	90
Figura 58 – <i>Line art</i> do cenário 2 .....	90
Figura 59 – <i>Line art</i> do cenário 3 .....	91
Figura 60 – <i>Line art</i> do cenário 4 .....	91
Figura 61 – <i>Line art</i> do cenário 1 e 5.....	92
Figura 62 - Aplicação da regra dos três terços no cenário 04.....	92
Figura 63 - Cenário 2 após a colorização .....	93
Figura 64 - Cenário 3 após a colorização .....	94
Figura 65 - Cenário 4 após a colorização .....	94
Figura 66 - Cenários 1 e 5 após a colorização .....	95

Figura 67 - <i>Line art</i> e colorização dos cartazes utilizados na animação. ....	96
Figura 68 – Exemplos de quadros-chave presente no <i>storyboard</i> .....	97
Figura 69 - Animatic .....	98
Figura 70 - Linha do tempo com trilhas e efeitos sonoros .....	98
Figura 71 - Em preto os <i>keyframes</i> da animação e em azul os <i>inbetweens</i> .....	100
Figura 72 - Colorização dos quadros no <i>software</i> Adobe Photoshop.....	101
Figura 73 - Aplicação do princípio Comprimir e Esticar .....	101
Figura 74 - Quadros adicionados a <i>timeline</i> de edição e sincronizado ao áudio.....	103
Figura 75 - Quadros agrupados em cenas para adicionar os efeitos .....	104

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Filmes Nacionais Lançados em 2016 no Brasil .....	32
Gráfico 2 - Número de ingressos de cinema no Brasil – ano 2017 .....	33

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>14</b>
1.1	PROBLEMÁTICA	14
1.2	OBJETIVOS	16
<b>1.2.1</b>	<b>Objetivo Geral</b>	<b>16</b>
<b>1.2.2</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>16</b>
1.3	JUSTIFICATIVA	16
1.4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	18
1.5	DELIMITAÇÃO	23
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	<b>26</b>
2.1	DESIGN E CULTURA	26
2.2	CINEMA NACIONAL	28
<b>2.2.1</b>	<b>O cinema como forma de Resistência Cultural</b>	<b>29</b>
<b>2.2.2</b>	<b>As barreiras do Cinema Nacional</b>	<b>31</b>
2.3	DESIGN DE ANIMAÇÃO	36
<b>2.3.1</b>	<b>Animação</b>	<b>37</b>
<b>2.3.2</b>	<b>A contribuição do designer de animação</b>	<b>38</b>
2.3.2.1	Elementos Visuais	40
2.3.2.1.1	<i>Forma</i>	40
2.3.2.1.2	<i>Cor</i>	44
2.3.2.1.3	<i>Tom</i>	46
2.3.2.1.4	<i>Textura</i>	48
2.3.2.1.5	<i>Escala e Dimensão</i>	49
2.3.2.1.6	<i>Movimento</i>	50
2.3.2.2	Princípios da Animação	50
2.3.2.2.1	<i>Comprimir e Esticar/Squash and Stretch</i>	51
2.3.2.2.2	<i>Antecipação/Anticipation</i>	51
2.3.2.2.3	<i>Encenação/Staging</i>	52
2.3.2.2.4	<i>Ação contínua e Pose a Pose/Straight Ahead Action and Pose--to--Pose Action</i>	53
2.3.2.2.5	<i>Continuidade e Ação Sobreposta/Follow Through and Overlapping Action</i>	54
2.3.2.2.6	<i>Desaceleração e Aceleração/Slow in and out</i>	55
2.3.2.2.7	<i>Arcos/Arcs</i>	56

2.3.2.2.8 Ação Secundária/Secondary Action .....	57
2.3.2.2.9 Temporização/Timing.....	58
2.3.2.2.10 Exagero/Exaggeration.....	59
2.3.2.2.11 Desenho Sólido/Solid drawing .....	60
2.3.2.2.12 Apelo/Appeal.....	61
<b>3 PESQUISA DE CAMPO .....</b>	<b>63</b>
<b>4 PRÉ-PRODUÇÃO .....</b>	<b>76</b>
4.1 ESPECIFICAÇÕES E PLANEJAMENTO DAS AÇÕES .....	76
4.2 ROTEIRO .....	77
<b>4.2.1 Storyline: .....</b>	<b>77</b>
<b>4.2.2 Sinopse: .....</b>	<b>78</b>
<b>4.2.3 Roteiro: .....</b>	<b>78</b>
4.3 ESTUDO DE REFERÊNCIAS.....	78
4.4 PERSONAGENS.....	80
<b>4.4.1 Personagem Principal.....</b>	<b>81</b>
4.4.1.1 Geração de alternativas.....	81
4.4.1.2 Alternativa Final: .....	83
<b>4.4.2 Personagem Secundário.....</b>	<b>84</b>
<b>4.4.3 Figurantes .....</b>	<b>86</b>
4.5 CENÁRIOS.....	87
<b>4.5.1 Referências:.....</b>	<b>88</b>
<b>4.5.2 Esboços:.....</b>	<b>90</b>
<b>4.5.3 Colorização:.....</b>	<b>93</b>
<b>4.5.4 Cartazes:.....</b>	<b>95</b>
4.6 PRODUÇÃO DO STORYBOARD.....	96
4.7 ANIMATIC E SONORIZAÇÃO .....	97
<b>5 PRODUÇÃO .....</b>	<b>100</b>
<b>6 PÓS-PRODUÇÃO .....</b>	<b>103</b>
<b>7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>105</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>107</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>114</b>
<b>APÊNDICE A – Formulário de Pesquisa.....</b>	<b>115</b>
<b>APÊNDICE B – Roteiro.....</b>	<b>120</b>
<b>APÊNDICE C – Storyboard.....</b>	<b>123</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Tirando proveito do design de animação como ferramenta de transformação, o presente trabalho acadêmico buscará abordar: **A autoafirmação cultural presente no cinema nacional e a importância da sua valorização como forma de disseminação e valorização da cultura brasileira.**

Isso porque, as últimas decisões políticas tomadas no país na área cinematográfica, no sentido de barrar os recursos públicos outrora destinados às produções que expõem temáticas sociais, a incluir àquelas promovidas em prol dos interesses de minorias já historicamente estigmatizadas (NIKLAS, 2019), somadas ao desinteresse da população brasileira em relação aos filmes nacionais (PUCCI, 2008), faz com que se cogite, por meio do design da animação, a eventual possibilidade de buscar incentivar a cultura nacional e de demonstrar a importância da valorização do cinema, também nacional.

Acredita-se que levar a discussão para o público que consome cinema, através de um curta, é uma maneira concreta e efetiva de enfrentar e buscar soluções ou auxílios para a resolução do problema.

São os pontos que propiciam o surgimento do problema abaixo relatado.

### 1.1 PROBLEMÁTICA

A forte e crescente concorrência com as produções cinematográficas estrangeiras em cartaz, em especial os famosos *blockbuster*, tem impactado diretamente na ocupação/lotação das salas de cinema que exibam filmes nacionais, em todo o país. Não fosse só isso, o cinema brasileiro, que historicamente já detém números menos expressivos de bilheteria, é também afetado pelas novas e disseminadas plataformas de streaming e as mais distintas alternativas de entretenimento *online*. (GIMENEZ, 2015)

Dentro deste cenário, as obras brasileiras acabam por ganhar ainda menos destaque devido ao fator econômico que regula a permanência de um filme em cartaz por mais tempo nas salas de cinema, fator esse que garante maior exibição quando um determinado longa alcança números altos de bilheterias nas suas primeiras

semanas. Assim, no caso dos lançamentos em que as vendas de ingressos não são tão expressivas, os mesmos saem de cartaz e abrem espaço para um novo filme (BARONE, 2008).

Deste modo, as produções brasileiras passam a ter ainda menos visibilidade, seja pelo desinteresse exponencial acerca das mesmas, seja pela falta de incentivo; e, num ciclo, o baixo (comparado aos demais) consumo da expressão nacional desta arte pela população brasileira acaba por gerar um impacto direto na valorização da cultura do próprio país. Nesse sentido, com o passar dos anos, características próprias do povo brasileiro passam a ser substituídas por traços do exterior e as raízes culturais brasileiras acabam por se perder no tempo, num efeito conhecido e denominado como “estrangeirismo”. (MOTTA, 2001)

Quer dizer, a cultura brasileira, por vezes, não tem sido valorizada da forma como deveria, sendo o incentivo ao cinema nacional uma forte alternativa para reforçar as origens regionais presentes em cada canto do território brasileiro, posto que esta arte tem historicamente se apresentado como ferramenta formadora de consciência para uma ascensão cultural (NÓVOA, 1995):

[...] o cinema é uma manifestação artística de grande impacto à população nos últimos 200 anos e é considerado como parte do patrimônio cultural dos povos conferindo valores culturais, artísticos, sociais, econômicos e educacionais. (SCHORN, 2016, p. 3)

Assim, a problemática gira em torno do fato de que as pessoas pouco frequentam os cinemas para assistir filmes nacionais e, quando o fazem, não lhe empregam o respeito dado às produções internacionais. Por conta disso, importante verificar:

[...] até que ponto os produtos da indústria cultural moldam comportamentos e produzem concepções de mundo [...] A industrialização da cultura cria no espaço social dos indivíduos mudanças no gosto e no hábito do consumo de filmes [...] Entendendo que os consumidores de cinema se modificam, todavia, é necessário salientar se o gosto destes está diversificado ou condicionado pelo comercialismo da indústria cultural. (GOMES, 2003)

Sabendo da influência que o cinema pode ter quanto aos gostos e percepções dos que o consomem, é então, de extrema importância a presença nos catálogos de

cinema não só de filmes estrangeiros, mas também seja dedicada uma parte expressiva às produções nacionais, de forma a apresentar e reforçar toda a sua representatividade e suas características, bem como expor os dilemas/problemas sociais para novas gerações.

Por todo exposto, problematiza-se: “Como usar um curta de animação para despertar o interesse das pessoas pelas produções cinematográficas nacionais, conscientizá-las acerca da importância da valorização cultural e ainda criar nelas um sentimento de pertencimento?”.

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver um curta animado sobre a importância do cinema nacional como uma forma de autoafirmação cultural.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

- Conceituar o design social, o design de animação e a resistência cultural representada no cinema nacional.
- Identificar razões do desinteresse do público brasileiro por filmes nacionais.
- Elaborar o roteiro da animação, assim como os seus personagens e cenários.
- Desenvolver o *storyboard* e o *animatic*.
- Produzir a animação.
- Sonorizar e adicionar os efeitos de pós-produção.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

As razões que motivaram a escolha do presente tema se encontram na atual conjuntura social vivenciada no Brasil e na falta de reconhecimento/destaque dado ao cinema nacional, que se mostra como uma forma de representação cultural da identidade social e meio de exposição/debate dos problemas sociais aqui vivenciados.

É de grande importância o incentivo a valorização do cinema nacional, que se põe como uma ferramenta para representação da cultura brasileira, na medida em que com ele o público pode de forma plena se sentir retratado na telas, ainda que por meio de outros corpos e outras formas, bem porque as situações quotidianas e diariamente vivenciadas podem e são ali interpretadas, o que auxilia na construção pessoal do espectador que, por sua vez, passa a se sentir reconhecido ao ver a cultura na qual está inserido ser reproduzida com tamanha grandeza (RISTOW, 2017). Apesar da importância de se consumir também cinema nacional, ao invés de apenas o estrangeiro (MAGALHÃES, 2015), além é claro do fato de manter as origens brasileiras vivas, a sua identidade e individualidade cultural (AUTRAN, 2009).

Em resumo, a contribuição para o público em geral e a sociedade brasileira mora no fato de que a animação produzida irá introduzir nestes o reconhecimento de quão rica e importante é a sua cultura, proporcionando um autodescobrimento.

Com base nisso, cabe aqui enaltecer a existência e o trabalho promovido pela ONG Fábrica de Imagens<sup>1</sup>, que traz justamente o audiovisual como uma ferramenta para lidar com as questões de gênero e cidadania dentro do país<sup>2</sup>.

A animação aqui proposta pode proporcionar, ainda que em pequena escala, uma contribuição para a indústria nacional de cinema, uma vez que pretende reforçar a devida importância do mercado cinematográfico brasileiro, já que versa sobre a importância de valorizar o cinema nacional e fomentar a cultura; dessa forma, pode vir a contribuir, também ainda que em pequena escala, para a expansão do número de apreciadores dos filmes e, conseqüentemente, do número de produções e bilheterias anuais.

Já a contribuição desta animação para o Design enquanto área de estudo, mora no fato de que possibilita um aprofundamento nas questões técnicas do Design de Animação e da sua utilização para promoção do debate acerca da cultura nacional e sua representação nas telas de cinema.

---

<sup>1</sup> ONG 'Fábrica de Imagens' abre 140 vagas para cursos em Fortaleza, **G1**, 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/ceara/noticia/2012/01/ong-fabrica-de-imagens-abre-140-vagas-para-cursos-em-fortaleza.html>. Acesso em: 16 mai. 2020.

<sup>2</sup> ONG Fábrica de Imagem é homenageada na AL pelos 18 anos de fundação, **ALCE**, 2016. Disponível em: <http://www.al.ce.gov.br/index.php/ultimas-noticias/item/51171-30-03-2016-wr>. Acesso em: 16 mai. 2020.

Por fim, este projeto apresenta grande realização pessoal e profissional para o presente acadêmico, posto que aborda temas atuais e de grande interesse: cinema, valorização da cultura nacional e resistência cultural, tudo isso propagado através de um projeto de animação, outra grande área de interesse, que adquire cada vez mais espaço no debate acadêmico do curso de Design.

Assim, cabe destacar que conectar-se com o público é um dos objetivos principais. Além, é claro, de por meio da animação reforçar a importância do cinema nacional, já que o mesmo se porta como um recurso para a autoafirmação da cultura brasileira, a considerar que “as novas tecnologias da informação e da comunicação [...] estão relacionadas à produção de "desconectados" ou "excluídos", mas também às novas possibilidades de interagir, colaborar, representar, expressar identidades” (BUZATO, 2012).

#### 1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

De forma simples e direta, a pesquisa é um processo que resulta na criação de conhecimento, sendo a aquisição do saber uma de suas partes integrantes – princípio científico e educativo (DEMO, 2006). O objeto dela está intrinsecamente ligado à resolução de problemas ou ao esclarecimento de dúvidas, tudo isso como resultado da aplicação de determinados procedimentos de pesquisa (BARROS; LEHFELD, 2000).

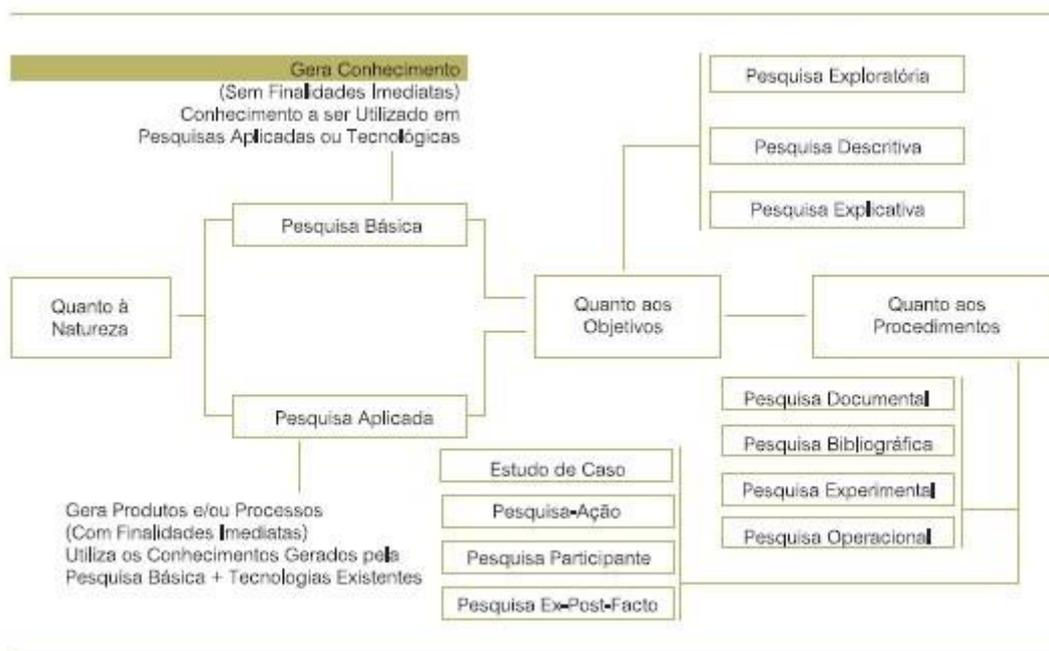
Importante explicitar que, para cada tipo específico de conflito que se pretende solucionar/evidenciar/questionar há um procedimento e método de pesquisa determinado, que poderá de forma mais efetiva clarificar as indagações levantadas. (LAKATOS; MARCONI, 2007)

Explica-se, a metodologia é ferramenta para construção e desenvolvimento do projeto, sendo que cada espécie de metodologia possui seus métodos e didática específica. (PÉON, 2003)

Por óbvio, trata-se de etapa fundamental para o projeto, já que não apenas cumpre seu papel de estruturar e organizar o andamento da pesquisa, como também contribui para que cada uma delas seja devidamente preenchida, atribuindo qualidade ao resultado final. (HEERDT, 2007)

Além do mais, a metodologia de pesquisa científica subdivide-se em relação a sua natureza em pesquisa básica e aplicada, em relação aos objetivos em pesquisa exploratória, descritiva e explicativa e em relação aos procedimentos em pesquisa documental, bibliográfica, experimental, operacional, estudo de caso, pesquisa-Ação, participante e Ex-Post-Fato, conforme PRODANOV e FREITAS (2013) (Figura 1).

Figura 1 – Metodologia de Pesquisa Científica



Fonte: PRODANOV; FREITAS, 2013.

Desta forma, observados na Figura 1 os métodos científicos de pesquisa existentes, faz-se a análise de cada uma das ramificações para, ao final, optar pelas categorias que contribuirão de maneira mais efetiva para o bom desempenho do trabalho acadêmico.

Segundo KÖCHE, 2007: “o planejamento de uma pesquisa depende tanto do problema a ser estudado, da sua natureza e situação espaço-temporal em que se encontra”, com esse enfoque e está premissa, passa a discorrer sobre as possibilidades de rumos que a pesquisa poderá tomar.

Quanto à natureza da pesquisa, esta se divide em básica e aplicada, sendo a primeira aquela que parte de conhecimentos já fixados e que possui caráter meramente instrutivo sem aplicação prática. Do contrário, a pesquisa de natureza aplicada é aquela que se encontra fundada na resolução de problemas preexistentes. (PRODANOV, 2013)

Quanto aos objetivos dividem-se em exploratórios, descritivos e explicativos, a primeira com a intenção de fornecer o melhor entendimento possível acerca do tema através da pesquisa bibliográfica; a segunda (descritiva) é aquela que expõe apenas expõe os dados coletados; a terceira (explicativa) por sua vez reconhece o problema, pretende averiguar suas causas e mergulha na realidade. (GIL, 2007)

Quanto aos procedimentos técnicos estes se dividem em bibliográfico, documental, experimental, levantamento, entre outros; todos eles se apresentam como maneiras de obtenção de dados para a fundamentação da pesquisa (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Quanto a abordagem está pode ser quantitativa ou qualitativa, a primeira no sentido quantificar toda e qualquer informação obtida, já a segunda no sentido de atribuir significados, descrições, ou seja, analisar através de termos e interpretações dos fenômenos. (PRODANOV; FREITAS, 2013)

Discorrido acerca de todas as ramificações, destaca-se que a presente pesquisa acadêmica terá natureza aplicada, posto que através dela pretende-se buscar soluções ao problema levantado; objetivo exploratório, já que serão utilizadas outras pesquisas bibliográficas como base para discorrer, trabalhar e empregar o tema; procedimentos diversos a depender do capítulo e forma que a especificidade do ponto em questão demandar e abordagem qualitativa no sentido de estudar o problema e trabalhar em cima de uma animação, dentro de sua subjetividade, buscará interpretar o fenômeno social.

Como metodologia projetual de Design para este projeto de animação (curta 2D), será utilizado a metodologia apresentada por BUGAY, 2004, que divide o processo de produção em três grandes etapas, sendo elas:

A Etapa de “Pré-Produção” que abrange a conceituação e planejamento das ações, a criação do roteiro, o gerenciamento do projeto, a produção do storyboard, a definição de layout e o design dos personagens. (BUGAY, 2004)

Destaca-se que essa etapa é de suma importância para que o projeto possua uma sequência estratégica, possibilitando melhores desempenhos na etapa de produção evitando imprevistos – relacionados a tempo, dinheiro, equipamentos, equipe/mão de obra e outros... -, retrabalhos e contratempos, de forma a otimizar cada ponto da produção do projeto e gerar, por conseguinte, resultados positivos no fruto da animação projetada.

A partir desses pontos é possível chegar na segunda etapa do processo com muito mais objetividade, posto que se encontra tudo devidamente esquematizado, estando o projeto munido de conteúdo previamente adquirido e desta forma hábil a proporcionar uma produção de maior qualidade.

A segunda etapa, denominada “Produção” engloba a modelagem dos personagens, dos objetos e do cenário, a animação em si e sua renderização. (BUGAY, 2004)

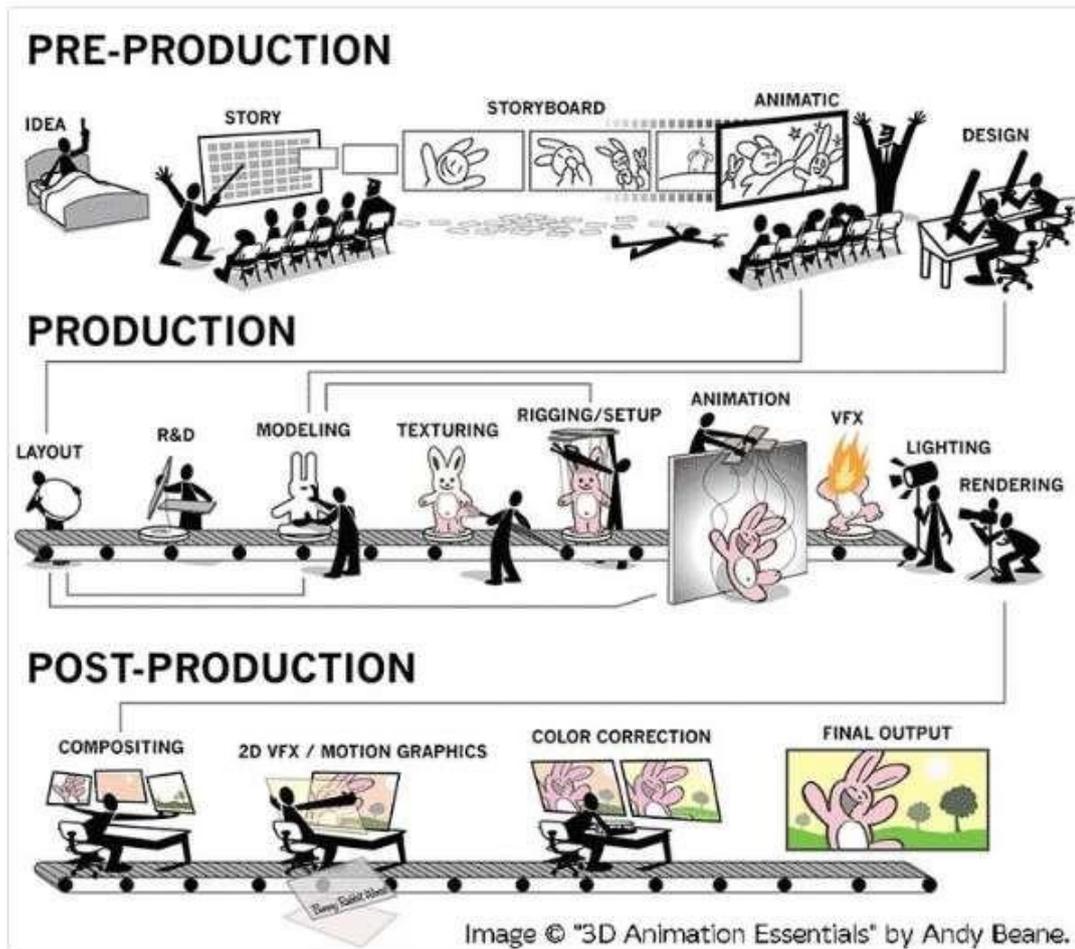
Aqui serão aplicadas uma das técnicas de animação já produzidas na etapa de pré-produção, tendo como exemplo: Animação tradicional, rotoscopia, clayanimation, animação de recorte, captura de movimento, animação limitada, stop motion (que inclui: animação de massinha, fantoches e bonecos, pixillation, pinscreen, entre outros), animação 3D e animação 2D (CRUZ, 2006), sendo esta última a escolhida. Além é claro de serem postos em prática todos os detalhes anteriormente definidos.

Por último, segue então a etapa de “Pós-produção”, donde ocorre então a edição, otimização e finalização da animação, o que é entendido como a colorização, o ajuste fino, aplicação de efeitos sonoros, visuais, aplicação e sincronização dos efeitos sonoros.

Destaca-se que estas três grandes etapas podem ser acrescidas de quantas mais subetapas se fizerem necessário para a produção do projeto de animação (BUGAY, 2004), sendo infinitas as possibilidades de trazer o melhor resultado possível para a problemática em questão que está sendo abordada dentro da animação desenvolvida neste trabalho.

Como forma de expandir tais etapas, considerar-se-á a subdivisão apresentada por (BEANE, 2012), com a devida exclusão dos procedimentos que convêm apenas às animações 3D, ou seja, adaptando-o de tal forma que possa ser utilizado no formato 2D, como representado na Figura 2.

Figura 2 – Etapas de Produção - Design de Animação

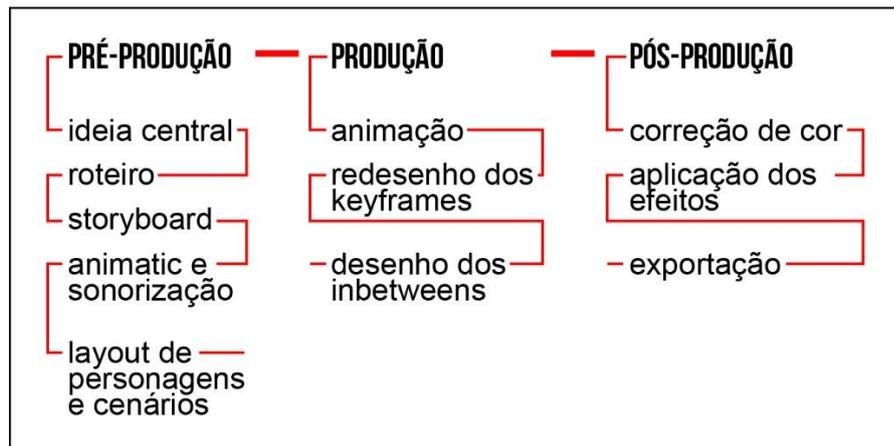


Fonte: BEANE, 2012

Com base nas etapas abordadas e subdivididas, resta fixado como as que serão aqui trabalhadas as seguintes: conceituação e planejamento; criação de roteiro; produção de *storyboard*; *animatic*; design de personagem, objeto e cenário; animação e sua renderização; edição; composição de efeitos (visuais e sonoros); trilha sonora; correção de cor. Ressalta-se aqui o fato de não ser aplicado todas as etapas, uma vez que a divisão inicialmente proposta por Beane é direcionada a produção de uma animação 3D, a qual requer diferentes etapas de produção para alcançar o seu resultado final, quando comparada a uma animação 2D. Deste modo, optou-se então

por adaptar e reorganizar a metodologia para melhor se encaixar na proposta deste projeto, como disposto na Figura 3.

Figura 3 - Metodologia de Beane adaptada para a produção de animação 2D



Fonte: Autor

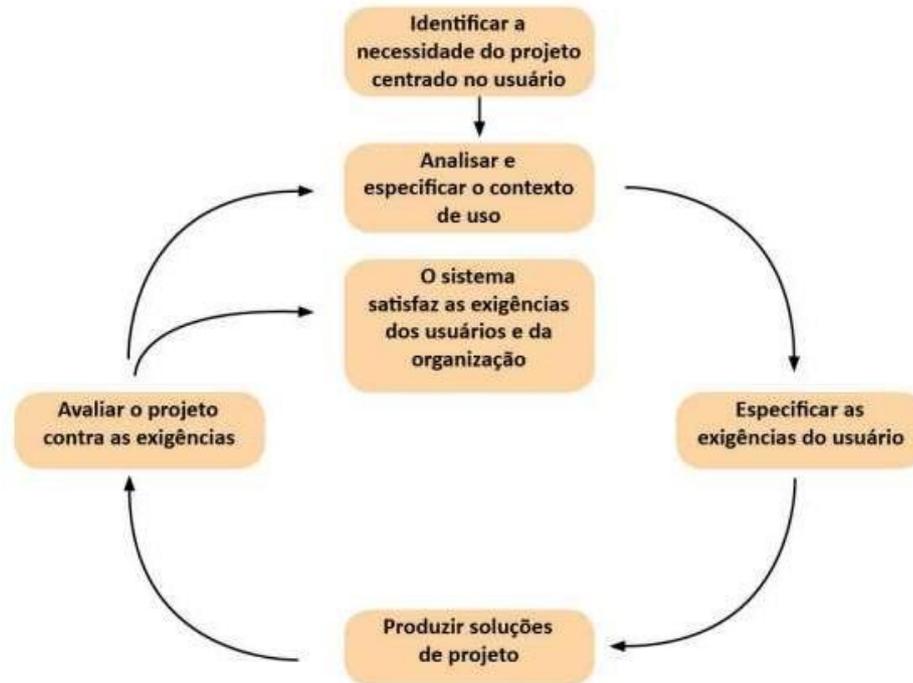
Frisa-se que durante toda a produção da animação serão, ainda, observados os 12 princípios fundamentais da animação clássica, muito bem detalhados por John Lasseter, chefe de criação da Pixar, quais sejam: comprimir e esticar, antecipação, encenação, ação direta e pose a pose, ação consequente e sobreposição de ação, desaceleração e aceleração, arcos, ação secundária, temporização, exagero, desenho sólido e apelo (LASSETER, 1987); os quais serão trabalhados no decorrer da fundamentação.

## 1.5 DELIMITAÇÃO

Definido o tema, cabe agora delimitá-lo, bem porque conforme Odília Fachin (FACHIN, 2017): quanto maior a extensão de um conceito [extensão do tema ou assunto], menor a sua compreensão e inversamente, quanto menor a extensão do conceito maior a compreensão.

Para tanto será utilizado o seguinte fluxograma apresentado na Figura 4:

Figura 4 - Fluxograma - Delimitação



Fonte: ALVES e BATTAIOLA, 2014)

Com a intenção de “satisfazer as exigências dos usuários” e como recorte dentro do tema referido, buscará ser demonstrado no trabalho acadêmico a ser produzido: a importância do cinema nacional como uma forma de resistência cultural (delimitação teórica).

Dentro deste tema, restou determinado como público-alvo os atuais frequentadores das diversas sessões de cinema espalhadas pelo Brasil, por ser este o grupo que, já sendo apreciador deste conteúdo, será capaz de readequar seus hábitos - deixando de consumir apenas filmes estrangeiros e passando a desfrutar com maior frequência do catálogo de filmes nacionais disponíveis -, o que fará com que os filmes brasileiros ganhem destaque, visibilidade e aumentem seu tempo disponível nos cartazes. Isto porque o que define quanto tempo um cinema ficará em cartaz é o sucesso da bilheteria, ou seja, a questão artística envolvida ou até mesmo a quantidade de produções brasileiras não afeta este quesito, o que comanda tal questão é justa e unicamente a econômica, posto que aos filmes mais procurados serão disponibilizados por maior período de tempo. (RISTOW, 2017)

E, para tal demonstração, escolheu-se lançar mão de um curta de animação que tem como objetivo ser exibido após os trailers e antes dos filmes, tudo isso com a utilização da linguagem simples e direta que o design de animação permite trazer, já que as “atividades intermediadas pelas novas tecnologias interferem e potencializam, de forma relevante, [...] a comunicação dos indivíduos” (BARBOSA, 2012).

Assim sendo, o produto final do presente trabalho um curta animado 2D, com duração de um a 2 dois minutos, que terá como público-alvo os atuais (delimitação temporal) frequentadores das diversas sessões de cinema espalhadas pelo Brasil (delimitação espacial).

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Aqui serão discorridos acerca dos três principais pilares da presente pesquisa: Design e Cultura, Cinema Nacional (resistência cultural) e Animação.

### 2.1 DESIGN E CULTURA

Tendo em vista ser o objetivo central da presente pesquisa, qual seja, a produção de curta de animação que incentive o consumo do cinema nacional, por certo que está deve ser iniciada pela abordagem da relação intrínseca existente entre design e a cultura, posto que diretamente relacionados ao cinema e ao problema levantado - a desvalorização da produção cinematográfica nacional.

Para isso é necessário conceituar o design e a cultura para que então, a partir deste ponto possam ser feitas as devidas conexões. Sendo assim, “[...] Design significa um modo da atividade projetual” e, por conseguinte, ligados aos projetos “que se referem à dimensão antropológica da criação e produção de artefatos materiais e simbólicos”; isso sem adentrar no debate das questões terminológicas do termo (desenho industrial) no Brasil<sup>3</sup> (BONSIEPE, 2019).

Além do mais, o design é também relacionado ao conceito criativo, as invenções e as inovações técnicas, não sendo algo desenvolvido do zero, de um vazio. Em verdade, consiste em um processo criativo baseado em condições e decisões, por sua vez essas embasadas nos desenvolvimentos socioeconômicos, tecnológicos e culturais. (BÜRDEK, 2010)

Por sua vez, a cultura é definida por Maristela Mitsuko Ono, em sua obra acerca do design e cultura, como:

---

<sup>3</sup> O adjetivo industrial foi utilizado para aproveitar as conotações positivas do termo, abrangendo projetos de produtos e projetos gráficos. Anteriormente, essa designação abrangia apenas os produtos fabricados pelos processos industriais. A tradução de *design* por desenho também foi infeliz porque o *design* (no sentido de projeto) pode ser realizado sem a colocação de esboços no papel. No Brasil, o uso do termo design causou – e causa até hoje – certa resistência, que não se pode atribuir a um purismo linguístico. Inicialmente, *design* associava-se às atividades projetais. Contudo, a partir de década de 1990 [...] associou-se a moda, festas e eventos midiáticos. Perdeu rigor e transformou-se em termo curinga, não contribuindo para consolidar a profissão dos projetistas e dos programadores visuais. (BONSIEPE, 2019).

[...] um conjunto de símbolos significantes, um código, um mapa mental ou uma linguagem que fornece a orientação e as referências necessárias para que as pessoas possam viver em grupo. Neste sentido, não se pode dizer que existam povos sem cultura, porque todos eles possuem suas regras e significados de como as coisas são ou como devem ser. A concepção, produção e uso de objetos também possuem suas referências que compõem a cultura de cada grupo. Eles estão, portanto, impregnados de cultura. (ONO, 2006)

Ademais, dentro da questão cultural, muito se é dito sobre os patrimônios culturais, nos quais, vale ressaltar, não se enquadra apenas as edificações de um local, como as Pirâmides do Egito ou as construções de origem germânica em Blumenau, Santa Catarina, se enquadra também a esta terminologia toda e qualquer manifestação cultural de um povo, seja ela material ou imaterial. (AGUINAGA, 2006)

Dentre todas essas expressões, é possível observar que os bens e valores de uma comunidade estão demonstrados em sua cultura, caracterizando a identidade das pessoas deste local e tempo. E é dentro da arte - seja no cinema, teatro, pintura, escultura, ou qualquer demonstração artística -, uma das expressões culturais mais significativas, onde, por diferentes óticas, se expõe os “modos de percepção e apropriação da realidade”. (BOMFIM, 1999)

Feita a conceituação dos termos, observa-se que a conexão entre o design e a cultura é de extrema importância para um produto, capaz de alinhar as expectativas e necessidades oriundas do público para quem está sendo projetado, seja um produto industrial, uma peça gráfica ou mesmo um projeto de animação:

[...] a interação entre design e cultura é essencial para que os objetos produzidos estejam em sintonia com as necessidades e os desejos das pessoas que os utilizarão. Dessa forma, tecnologia, design e cultura se entrecruzam na prática e na realidade social e não se pode deixar de considera-los fenômenos interdependentes que estão relacionados desde o início de sua existência. (STURMER, 2010)

É importante destacar que com a expansão do mercado e as novas áreas de atuação – consequência da crescente do design digital (também incidente nesta pesquisa: produção de animação digital) - os designers precisam estar conscientes do quanto sua atuação passa a ser determinante para o desenvolvimento e propagação da cultura. (ONO, 2004)

Há extrema necessidade de que observem que suas produções podem trazer reflexos/implicações no desenvolvimento e valorização das identidades culturais, ou seja, como seu papel perante a sociedade detém uma importante função contributiva para a propagação da cultura nacional e toda a sua diversidade. Bem por isso, considerando a multiplicidade de características, desejos e objetivos de cada um dos grupos sociais existentes, a fim de que sejam protegidas as suas necessidades e respeitando suas identidades é fundamental que o design e a cultura se encontrem em harmonia, justamente por ser o design uma importante ferramenta para o fomento da cultura, posto que abarca “atividades de planejamento, decisões e práticas, que afetam direta e indiretamente a vida das pessoas, inclusive a do próprio designer, que é, ao mesmo tempo, sujeito e objeto da dinâmica cultural” (ONO, 2004).

Assim, sabendo que a cultura é como uma teia de diversos significados tecida por pessoas da sociedade, onde cada uma exprime seus valores através de suas ações (GEERTZM, 1996), bem como um fenômeno que ao mesmo tempo em que representa, reproduz e transforma o sistema e a vida social (CANCLINI, 1983), estar por dentro da sua própria cultura e da cultura dos que o cercam, a par da sociedade em que se pertence, com o meio, as pessoas e tudo ao seu redor, é uma das formas mais efetivas de obtenção de conhecimento, sendo assim parte da realidade do indivíduo. (FONTOURA, 2002)

Por fim, pode-se chegar a conclusão, obtida por Gustavo Amarante Bonfim acerca da relação presente entre o design e a cultura, de que “O design, entendido como matéria conformada, participa da criação cultural, ou seja, o Design é uma *práxis* que confirma ou questiona a cultura de uma determinada sociedade” (BOMFIM, 1999).

## 2.2 CINEMA NACIONAL

Uma vez compreendida a relação presente entre o design e a cultura, importante adentrar agora em algumas questões que permeiam o cinema nacional, sendo elas a possibilidade deste de se apresentar como uma forma de resistência cultural e, ainda, as barreiras que o cinema nacional tem e vêm enfrentando, justamente a fim de que se possa, a partir do estudo destes pontos, obter uma visão mais ampla da temática para enfrentar a problemática levantada – desvalorização do cinema nacional – e, ao

fim, cumprir com o objetivo estipulado – produção de uma animação 2d que incentive o consumo da referida arte.

### **2.2.1 O cinema como forma de Resistência Cultural**

Tendo por base a premissa exposta no tópico anterior, é de grande relevância ressaltar a ligação entre a presença da cultura local no dia a dia das pessoas com a representação desta mesma cultura nas salas de cinema de todo o país, visto que as obras cinematográficas são influenciadas pela cultura local, para onde ela se direciona, assim como “a sociedade contemporânea é influenciada pelos códigos simbólicos do aparato cinematográfico e demais meios”. (OLIVEIRA, 2009)

Isto é, ao mesmo tempo que o cinema é influenciado pela cultura, também passa a influenciá-la, em virtude do “papel da mídia como formadora das identidades e como poder determinante dos comportamentos e atitudes dos cidadãos em suas vidas públicas e privadas” (GOIDANICH, 2002) Sendo assim, uma via de mão dupla.

Assim, considerando que o cinema nacional também se apresenta como uma representação da cultura local nos menores detalhes, expressando a música, comida, hábitos e trejeitos que é presenciado diariamente no cotidiano do cidadão brasileiro (MAGALHÃES, 2015), acrescenta-se que:

[...] tomando por base a ideia de que a identidade cultural tende a ser construída a partir de diversas matrizes, entre elas a cultura nacional, é compreensível a importância de projetos que permitam a identificação do espectador com o conteúdo e/ou estética veiculados, por exemplo, pelo cinema. (MAGALHÃES, 2015)

Ou seja, o cinema deve expressar a cultura local, retratar as suas características e nuances, valorizando-a, ou não, mas de uma forma ou outra refletindo um cotidiano do qual as pessoas possam se identificar com o que veem na tela.

Bem por isso, surge a importância de iniciar o debate acerca do cinema como uma forma de Resistência Cultural, para isso deve-se ter em consideração a definição deste termo, o qual vem ganhando maior visibilidade nos últimos anos:

[...] resistência cultural significa reconhecer e opor-se a todos os modos em que o capitalismo avançado molda o agir, pensar, vestir, trabalhar, divertir e consumir. Quase todos os aspectos da vida foram alterados pela lógica do capital, e a resistência cultural é o ato de confrontar esse sistema hegemônico e sem alma pela reversão de suas ferramentas estéticas e meméticas contra ela mesma. (HANSON, 2006)

Sendo então a resistência cultural nada mais é do que “[...] a cultura que é usada, consciente ou inconscientemente, eficazmente ou não, para resistir e/ou modificar a estrutura política, econômica e/ou social dominante”. Deste modo, se classifica como um ato político, uma vez que a política é sim um discurso cultural, logo, ressignificar e reescrever esse discurso por meio da cinematografia deve ser igualmente classificado como um ato político. (DUNCOMBE, 2002)

Desta forma, o presente debate pode e deve abordar o fato de que o cinema nacional se posiciona como uma ferramenta apta a trabalhar a resistência da cultura brasileira, visto que “através das artes do cinema se evidenciam vigorosas modalidades de resistência cultural” (PAIVA, 2005). Isso porque “as películas cinematográficas demonstram, de modo incontestável, desde o início da história do cinema, a sua eficácia como instrumento formador de consciências e a sua função como agente da história” (NOVOA, 1995); à título de exemplo, numa perspectiva interna, à resistência cultural das minorias historicamente desfavorecidas no país, assim como no movimento negro que diariamente luta contra a estigmatização enraizada na sociedade de modo estrutural (PUCCI, 2008), mas também numa perspectiva global, frente a forte indústria cinematográfica norte americana, que devido seu grande volume de produções é capaz de abafar a cultura nacional para o próprio povo brasileiro (HANSON, 2006).

Justamente essa era a proposta presente nos filmes do diretor Glauber Rocha, responsável por “Deus e o Diabo na Terra do Sol” (1964), entre outras obras de grande reconhecimento no cinema mundial. Tal proposta:

[...] implicava num Brasil heterogêneo que pudesse filmar o Amazonas, o Nordeste, o Sul com suas devidas especificidades e identidades sendo representadas através de articulações entre tema e linguagem do filme. Desse modo, vimos que entender as relações de espaços, sejam geográficos, culturais, políticos, econômicos, são aspectos importantes para entender a proposta cinema-novista

brasileira representada nos escritos de Glauber Rocha. Essas relações estão pautadas no combate, o cinema nacional precisava, naquele momento, combater o que vinha de fora e colonizada nossas cabeças. Nesse sentido, para o cineasta, se o que vinha de fora era forma de colonialismo, combater isso significava também entrar em conflito com o próprio Brasil, em desconstruir discursos reproduzidos dentro do país. Um discurso hegemônico colonizador não se cria sem a recepção mansa do colonizado. Assim, para que isso pudesse ser feito naquele momento, seria, inevitavelmente, preciso conhecer o Brasil e as diversidades socioculturais ao longo de seu território. (BORGES, 2015)

Ou seja, para ir de frente a esse cinema colonizador que vem do exterior e é capaz de interferir diretamente nas relações culturais brasileiras, é necessário refletir acerca da pluralidade cultural brasileira e como esta deve ser exposta nas telas de cinema com o intuito de representar todo o povo brasileiro, de forma a tornar o cinema uma estratégia de resistência cultural, para que se dê voz e representatividade a este povo, que ao se ver nos filmes possa perceber o valor e a importância da cultura local/nacional.

Por todo o exposto, tendo por base que o cinema se apresenta como um veículo de comunicação propício a promover uma ascensão cultural, passa ao próximo tópico, de modo em que será abordado os fatores que constantemente impossibilitam o Brasil de produzir obras capazes de fortalecer a sua própria cultura regional.

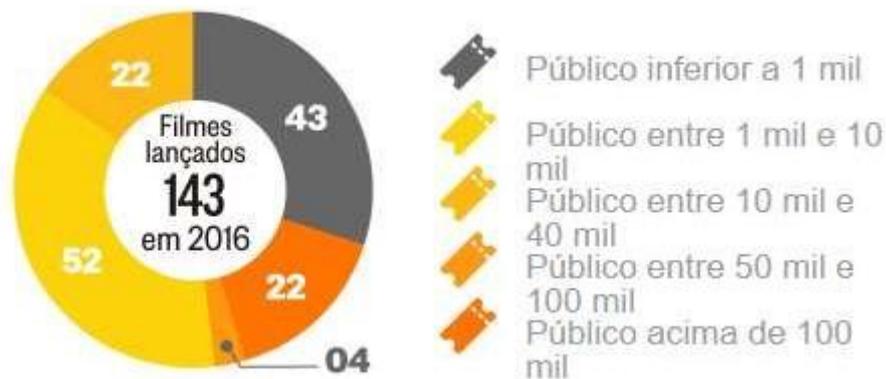
### **2.2.2 As barreiras do Cinema Nacional**

Enfrentar o atual desafio do mercado cinematográfico brasileiro, que é passar a ter notoriedade e lotar salas de cinema não apenas nos *blockbusters* americanos e nas grandes comédias brasileiras, mas nos demais filmes nacionais (TEIXEIRA, 2019) e dessa forma bem representar a cotidiano e a cultura nacional, é tarefa árdua e necessária.

Importante destacar que o problema atual não se encontra na baixa produção dos filmes, posto que o número se elevou e muito nos últimos anos, o que é visível

através de recentes dados publicados pela ANCINE (Agência Nacional de Cinema)<sup>4</sup> – principal órgão nacional relacionado a produção cinematográfica -, dados bem demonstrados pelo Gráfico 1.

Gráfico 1 - Filmes Nacionais Lançados em 2016 no Brasil



(Fonte: RISTOW, 2017)

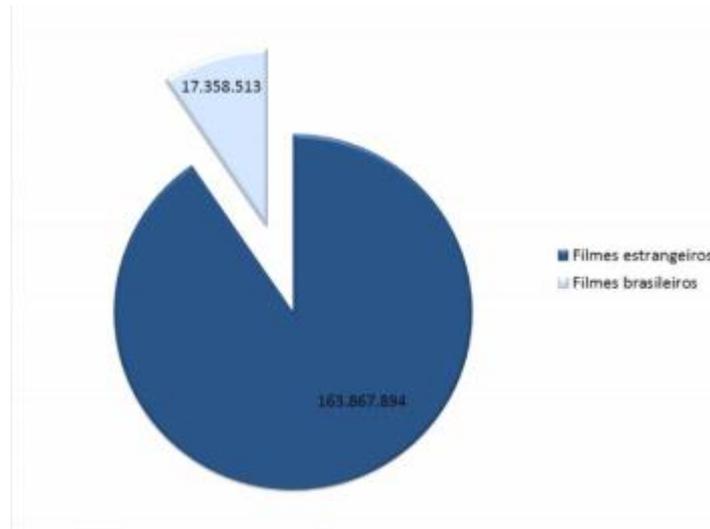
Quer dizer, dos 143 filmes produzidos em 2016, apenas 22 deles tiveram público superior a 100 mil espectadores, ou seja, por trás desses números, mora uma antiga e problemática realidade, da qual se objetiva modificar: muitos filmes brasileiros têm chegado às salas de cinema, contudo estes não são vistos. (RISTOW, 2017)

Agravando a situação dos números do cinema nacional, o levantamento de 2017 feito pela ANCINE aponta que menos de 10% dos ingressos vendidos para as salas de cinema brasileiras foram adquiridos para o consumo de filmes nacionais, sendo 9,58% da bilheteria para filmes brasileiros, contra 90,42% para filmes estrangeiros, como aponta o Gráfico 2.

---

<sup>4</sup> É uma agência reguladora que tem como atribuições o fomento, a regulação e a fiscalização do mercado do cinema e do audiovisual no Brasil. É uma autarquia especial, vinculada ao Ministério da Cidadania, com sede e foro no Distrito Federal, Escritório Central no Rio de Janeiro e escritório regional em São Paulo. Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/ancine/apresentacao>. Acesso em: 19 set. 2019.

Gráfico 2 - Número de ingressos de cinema no Brasil – ano 2017



(Fonte: HETTWER, 2019 e ANCINE, 2017<sup>5</sup>)

Esse afastamento criado entre as salas de cinema que veiculam filmes nacionais e o público brasileiro é oriundo de diferentes fatores, dentre eles destaca-se a:

[...] concorrência das produções norte-americanas, bem como ao advento e a popularização da televisão, foram responsáveis por um distanciamento do público e um desinteresse em relação à produção cinematográfica nacional, seu aspecto artístico e cultural. (PUCCI, 2008)

Além do mais, o alto valor desembolsado para a ida ao cinema, acrescido pelo advento da internet, que fornece uma ampla opção de entretenimento de qualidade, assim como demais canais de veiculação das produções cinematográficas, plataformas de streaming – como Netflix, Amazon Prime, HBO, Youtube, Apple TV Plus, Telecine Play - “têm reduzido o tempo entre o lançamento de um filme nos cinemas e a possibilidade de seu consumo doméstico”. (GIMENEZ, 2015)

Nesse sentido:

---

<sup>5</sup> Agência Nacional do Cinema Endereço Eletrônico: <https://www.ancine.gov.br/>. Acesso em: 10 jun. 2020.

Como a permanência dos lançamentos nacionais nas salas é determinada pela venda de ingressos, há uma sinalização clara de um desinteresse do público pelos lançamentos nacionais, o que torna o cenário ainda mais complexo. Enquanto, em escala global, as tecnologias digitais estão possibilitando a ampliação da circulação, inclusive comercial, do produto cinematográfico em outros suportes, no caso brasileiro observa-se simultaneamente uma tendência de redução ou estagnação do circuito exibidor de salas tradicionais, o que resulta num déficit crônico de telas para acolher a produção. (BARONE, 2008)

Ainda sobre as barreiras impostas ao cinema brasileiro, destaca-se o fato de ser de suma importância “[...] analisar a imagem nacional propagada pelo cinema brasileiro, isso para que se possa “[...] refletir sobre as representações que os espectadores podem construir acerca do Brasil a partir dos signos que constituem essas narrativas” (SANTOS, 2006), já que o Brasil pode acabar estar sendo caracterizado apenas por uma única identidade, quando em verdade, é um país de várias origens, etnias, classes e gêneros, podendo ocorrer de não serem todas essas devidamente representadas. (SANTOS, 2006)

E, ainda, fora todos os pontos elencados, tem-se mais duas outras barreiras ao cinema nacional, de idêntica e, talvez, maior importância. Um destes pontos condiz a falta da valorização da cultura local como um todo e, em contraponto, uma excessiva valorização da cultura exterior, principalmente dos grandes centros europeus e norte-americanos; combinado ao primeiro ponto, é acrescido o fato de que a cultura brasileira lida também com a “desvalorização, o desprezo sistemático e irônico das manifestações culturais brasileiras pela mídia (e por muitos intelectuais de qualquer tendência política)” (GUIMARÃES, 2006). Já o segundo ponto seria o fato de que, historicamente não é apresentada uma defesa política firme para a cultura, a qual merece, por meio de incentivo político ter a sua preservação, defesa e promoção garantida, sobretudo “naquelas áreas em que a atividade cultural passou a ser objeto de produção e consumo massificado de interesse das megaempresas internacionais de entretenimento”. (GUIMARÃES, 2006)

Os pontos expostos no parágrafo anterior acarretam um nível de desvalorização da cultura local, em grande parte propiciado pelo cidadão, que passa a criar uma identificação com a cultura externa em detrimento da cultura interna, assim

negando a sua brasilidade, “uma característica típica das figuras retóricas do colonizador e do colono”. (MOTTA, 2001)

Este comportamento, classificado como estrangeirismo, apresenta um impacto ainda maior, uma vez que é responsável por colocar os indivíduos na posição de consumidores de ideias geradas no exterior, ou seja, recria as relações coloniais - agora de cunho cultural - e ampliar as distancias sociais, já que as pessoas passam a almejar às reproduções da cultura estrangeira e desvalorizar a cultura nacional. Além do mais, reforça “nossa dependência e a segregação de uma elite dos demais têm um claro papel na perpetuação das relações de poder”. (MOTTA, 2001)

Já se encaminhando para o final deste ponto, a fim de complementar o debate acerca das relações interculturais e a disputa criada, de modo involuntário, ou não, por consequência da globalização, importante acrescentar a fala do professor doutor e jornalista Cláudio Cardoso de Paiva, no sentido de que:

[...] o contexto da paisagem norteamericana constitui um lócus privilegiado, pois estando no epicentro do capitalismo global, testemunha os encontros e as associações mais surpreendentes, cujo sentido afirmativo não pode ser negligenciado pelas culturas híbridas do planeta”. “Por este prisma pode-se estimular a discussão dos problemas do pós-colonialismo, das mediações sociais, do local da cultura no contexto global, assim como as expressões étnicas, as minorias ideológicas, as redes de sociabilidade, as ações afirmativas e as modalidades de politização do cotidiano. Tudo isso confere novos matizes ao campo das ciências da comunicação e às relações entre o Brasil e os Estados Unidos, no que concerne à nova ordem econômica, política e sócio-cultural, criando um campo de visibilidade e oralidade para contemplarmos os estilos de interculturalidade tramados nos contextos locais (regionais) e globais (transnacionais). (PAIVA, 2005)

A referida fala acaba por elevar o nível do debate acerca das barreiras do cinema nacional à uma questão ainda mais complexa, demonstrando a relevância de reconhecer a posição de destaque em que algumas culturas são postas sobre as demais e o fato de que tal local ocasiona os reflexos mencionados, como exemplo a relatada desvalorização estrutural do cinema nacional, que passa por uma falta de incentivo governamental para se manter como uma forma apta de demonstração da cultura regional e se agrava com os interesses econômicos das megaempresas

internacionais de entretenimento (GUIMARÃES, 2006), que resultam no fenômeno do estrangeirismo presente sobretudo nas camadas mais altas da população (MOTTA, 2001). Assim, por essa premissa, a fala de Cláudio Cardoso de Paiva acaba por evidenciar a necessidade de se debater, como já feito nesse capítulo, assuntos como o advento do pós-colonialismo, bem como de elevar a um nível político questões do cotidiano, para que se possa, como pretendido aqui neste projeto de animação, tornar visível a relação da interculturalidade (quando duas ou mais culturas entram em interação) que se apresenta no país e desdobrar uma de suas consequências (a desvalorização, em específico, do cinema nacional). (PAIVA, 2005)

Nesse sentido, para que se possa justamente trabalhar esse ponto, essas barreiras, mais precisamente a questão da desvalorização do cinema nacional, com escopo em todos os aspectos levantados, avança no tema para tratar, agora, do design de animação, ferramenta que será utilizada para tanto.

### 2.3 DESIGN DE ANIMAÇÃO

Já de início vale destacar que o design de animação pode ser utilizado como uma ferramenta para demonstração da cultura presente no cinema nacional e a importância da sua valorização como forma de disseminação dos aspectos culturais brasileiros e, dessa forma, enfrentar o atual desafio do mercado cinematográfico brasileiro (TEIXEIRA, 2019).

Por conta disso, vale a pena adentrar nos pontos que seguem, isso para que possa, ao fim, restar bem demonstrada a referida possibilidade e como, o design de animação, pode ser utilizado para trabalhar a questão da desvalorização do cinema nacional. Nesse sentido, importante abordar inicialmente, num aspecto geral, a animação, seus conceitos, papel e funções, para que após, seja possível realizar com mais profundidade algumas anotações acerca da contribuição do designer para animação e, por fim, adentrar propriamente em aspectos do designer da animação em si, e em quais quesitos poderá vir a contribuir para a animação a ser produzida.

### 2.3.1 Animação

Para abordar os temas debatidos no item anterior deste projeto optou-se então por utilizar da animação como instrumento para colocar o cinema nacional e a (des) valorização da cultura local em debate. Deste modo, para o desenvolvimento desta proposta é necessário esclarecer o porquê dessa escolha e em que conceito a animação pode se apresentar como um meio eficaz de trazer este tema para uma roda de discussão.

Por conta disso, é devido conceituar a animação que se diferencia de um vídeo captado, uma vez que este é capaz de gravar o movimento real, enquanto a animação traz a representação do movimento aparente, produzida de forma artificial. Sendo assim, a animação é uma forma de representar visualmente o movimento de objetos ou desenhos simulados. (MAYER, 2002)

Para acrescentar o debate acerca do conceito da animação, é exposto aqui, também, o conceito da doutora em comunicação e linguagens Lucina Reitenbach Viana, a qual aborda a animação não como uma representação da realidade, mas como um processo que busca dialogar com e sobre a realidade da sociedade na qual está/será inserida. Para tanto, contextualiza que a animação, por muito tempo considerada como um “conjunto de técnicas de representação dos movimentos utilizado pelo entretenimento como prática de produção industrial cinematográfica”, ao dialogar com a arte, por exigir processos criativos e produtivos, se consolidou como área de produção e de pesquisa e, por fim, pela sua “conexão com as áreas de Comunicação e do Design”, se deparou com questões a respeito da prática científica em animação, dentre elas o design de animação (sobre o qual será discorrido no próximo tópico). É nesse sentido, com a inserção do design na animação, que acabou:

[...] tomando-se a animação não como a realidade em si, algo dado, pronto a ser representado, mas como seus processos e conteúdos, que refletem e falam coisas sobre a realidade por meio de sua narrativa, sua forma de gerenciamento e produção, comunicando para - e sobre - a sociedade na qual ela está inserida. (VIANA, 2019, p. 189-206)

Deste modo a animação ainda pode e deve ser posta ao lado das importantes ciências desenvolvidas pelo ser humano, uma vez que se apresenta como uma expressiva ferramenta da comunicação humana. Este fator ainda é impulsionado pela tecnologia empregada nos projetos de animação, a qual possibilitou que, com o passar do tempo, a própria animação se tornasse capaz de desenvolver e seguir desenvolvendo novas ferramentas tecnológicas para se aperfeiçoar e assim fabricar “ferramentas capazes de dar suporte para a comunicação humana”. (VIANA, 2019, p. 189-206)

Por conta de todo o exposto acima, vale destacar que a animação, especificamente, brasileira, se mostra no campo do conhecimento “dotada de especificidades e desafios próprios”, bem porque busca harmonizar “métodos de pesquisa e processos de produção oriundos da Comunicação, do Design, do Cinema, da Educação e da Arte” (CHARAUDEAU, 2013). Ademais:

No contexto plural em que se insere, podendo ser tomada tanto como meio - quando na publicidade - bem como finalidade – no caso do entretenimento, a Animação delimita seu próprio campo à medida que organiza seu espaço de reflexão em torno de trabalhos que abarcam os três lugares da máquina midiática a saber: produção, produto e recepção. (CHARAUDEAU, 2013)

Dito isso, por fim, mas não menos importante, cabe ainda destacar que a animação possui amplo valor educacional, contribuindo para a instrução e para o despertar da curiosidade e criatividade interior, numa perspectiva da Animação com o valor de instruir (DE SOUZA, 2012).

### **2.3.2 A contribuição do designer de animação**

Sendo assim, discorrido sobre os principais aspectos de um projeto de animação e seus meios de impactar o público que busca atingir, cabe agora discorrer como o designer de animação pode contribuir para o resultado desta, ou seja, com quais conhecimentos o profissional pode vir a agregar ao seu desenvolvimento.

Nesse sentido, inicialmente, é necessário definir o design, que segundo Gui Bonsiepe, é uma ação projetual que detém uma estreita relação com a estrutura social

e, por conseguinte, participa da configuração do cenário material e imaterial. (BONSIEPE, 2019)

Sabendo disso, bem como das questões da animação propriamente dita, o designer de animação, é então definido pelo Ministério da Educação (MEC) como aquele que:

[...] projeta, planeja, cria, produz e realiza animações para conteúdos didáticos e produções das áreas de comunicação visual, publicitária, jornalística e institucional; visualização científica; animações para cinema; animações para interfaces digitais; design artístico de apresentações multimídia; animação para jogos digitais de entretenimento e didáticos; animações para as instalações interativas, com intervenções em tempo real; e animação de conteúdo autoral. Coordena equipes técnicas na área. Realiza estudos de viabilidade técnica e econômica de produções de animação. Avalia e emite parecer técnico em sua área de formação. (BRASIL, 2016, p.101)

Acerca das referidas funções, Moras Neto e Teixeira reforçam que “no mercado de trabalho direcionado a animações e vídeos, o designer pode atuar tanto como executor de projetos, animador e ilustrador, quanto como diretor de arte e animação”. Ademais, a fim de complementar as funções estabelecidas, pode ser observada que a função do designer dentro da estruturação do projeto de animação, por consistir o design gráfico “basicamente no desenvolvimento de um projeto visual”, é atrelada de maior forma a metodologia, de forma que, assim acaba por trazer uma melhor “definição de elementos e padrões visuais que criam uma unidade visual consistente e harmoniosa determinando assim a pregnância da imagem”, o que auxilia o espectador na assimilação da mensagem comunicada pela animação, ao fazer com que “a história seja transmitida de maneira clara e objetiva”. (MORAES NETO; TEIXEIRA, 2008)

Por assim dizer, dentro da produção de uma animação o design se apresenta como “[...] uma ferramenta muito importante para ajudar a garantir uma apresentação de uma ideia no tempo de uma maneira mais agradável”. (GLEBAS, 2009)

Para Francis Glebas a equação de um projeto de design de animação se dá pela junção da observância dos elementos visuais, que é o que realmente está acontecendo no quadro; dos princípios, que são as formas de organização dos

elementos e dos efeitos visuais que são as ilusões representacionais que os espectadores acabam por completar em suas mentes. (GLEBAS, 2009)

Assim, consciente deste aprimoramento que um designer de animação pode trazer à uma produção, cabe abordar cada um desses aspectos e em que cada qual consiste.

### 2.3.2.1 Elementos Visuais

Os elementos visuais a serem observados pelo Designer que, como dito por Glebas (2009), são o que realmente está acontecendo no quadro, dividem-se em: pontos, linhas, formas, cor, tom, textura, escala, dimensão, movimento e direção (DONDIS, 2007). De forma que serão detalhados abaixo, ora de forma agrupada, ora de forma individual: o ponto e a linha conjuntamente com a forma, após, em separado a cor, o tom e a textura, na sequência a escala e dimensão em conjunto e, por fim, igualmente em conjunto o movimento a direção.

#### 2.3.2.1.1 Forma

Inicialmente optou-se por discorrer acerca do elemento visual da forma, por ser aquele que antecederá os demais na transposição ao mundo concreto.

Um designer, em sua formação acadêmica, realiza cadeiras específicas dentro da área do estudo da forma e da cor, o que por si só demonstra a valorização que esta detém para o desenvolvimento desta função.

Cabe destacar que a forma, apesar de parecer básica, nada mais é do que um conjunto de linhas que, por sua vez, é um conjunto de pontos; ao se aproximar, à título de exemplo, diversos pontos uns dos outros e, por conseguinte, formar uma linha, o elemento inicial – ponto - se torna imperceptível. Justamente por isso é comum se referir a uma linha como um ponto em movimento e, assim o sendo, um elemento capaz de cumprir com diversas funções, seja para direcionar o espectador, dividir um espaço, contornar um objeto ou, ainda, transmitir uma emoção. (GOMES FILHO, 2009; CHAVEZ, 2016)

O que resta demonstrado nas Figuras 5, 6 e 7.

Figura 5 - Pontos



Fonte Disponível em: <https://evisual5.wordpress.com/>

Figura 6 - Distanciamento entre pontos



Fonte Disponível em: <https://bit.ly/2YZEYGt>

Figura 7 - Junção de pontos pode “transmitir uma emoção”



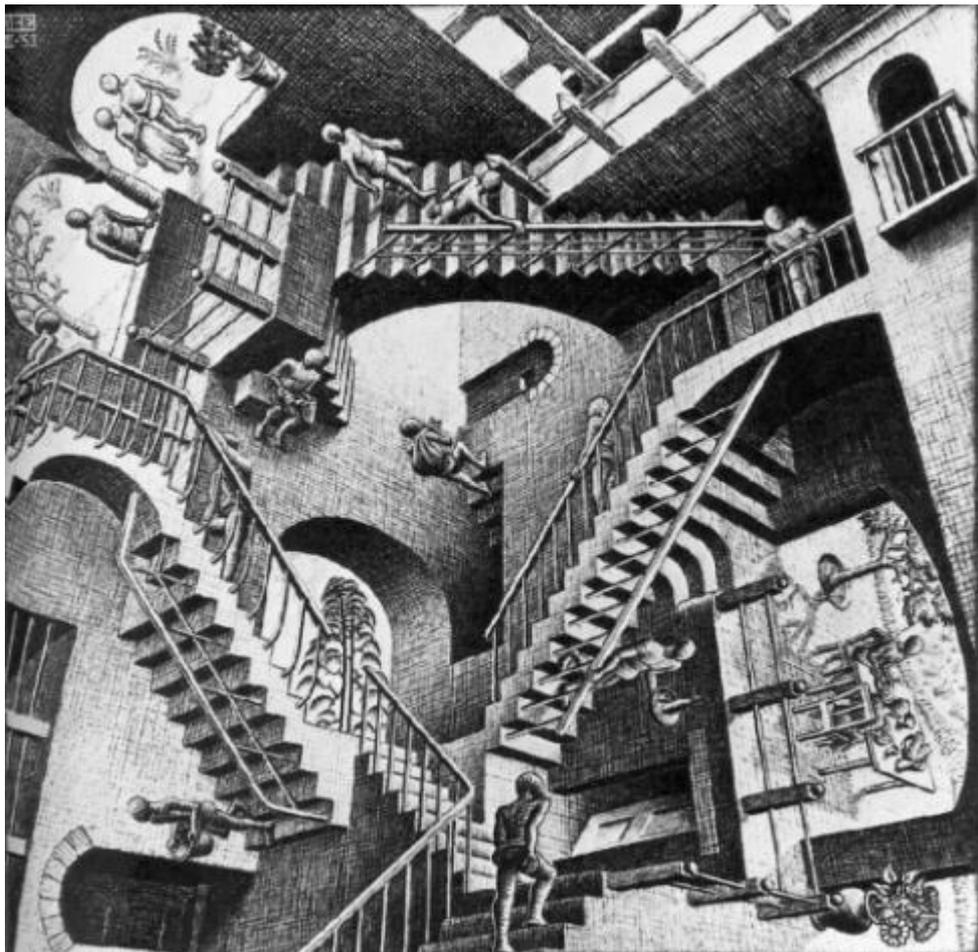
Fonte: MUNIZ, 1996.

Tais elementos são essenciais para um processo visual, posto que tornam possível, da melhor forma, a transposição de uma ideia ao mundo concreto; isso porque a linha é capaz de assumir as mais variadas formas e, por meio delas, consegue expressar os sentimentos humanos (DONDIS, 2007).

Em relação as formas, cabe destacar que possuem uma infinidade de tipos, embora sejam as mais comuns o quadrado, o círculo e o triângulo, cada uma delas com uma ampla quantidade de significados, adquiridos por associações e pela interpretação de cada espectador em específico (GOMES FILHO, 2009).

Na Figura 8 resta demonstrada a correta utilização das linhas para a criação de formas, com a transposição da ideia para o mundo real.

Figura 8 - Junção de linhas para a criação de formas

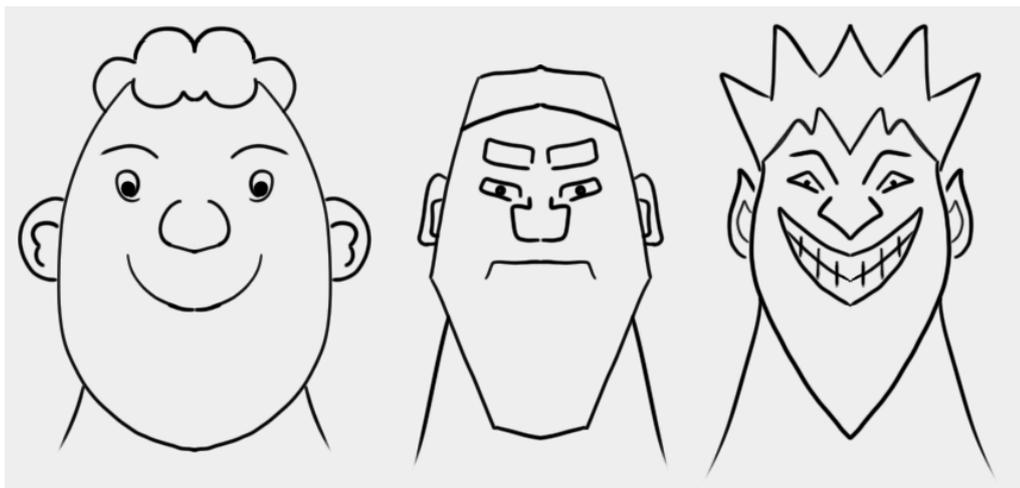


Fonte: ESCHER, 1953.

De forma que resta claro, portanto, que as formas podem ser conceituadas como uma figura visível, que transpõe uma aparência externa, de maneira plana – duas dimensões: altura e largura – ou tridimensional e de maneira física – p. ex. uma bola de futebol – ou de forma pictórica – uma animação 2D – e, eventualmente, com volume, cores, reflexos, sombra e texturas (GOMES FILHO, 2009).

Ainda quanto à forma, para este projeto é de suma importância ressaltar o uso estratégico destas na criação dos personagens, visto que diferentes formas impactam de diferentes modos na elaboração da personalidade, obtendo a função de especificar características pessoais apenas de modo visual (WHITE, 2009) e, logicamente, também na criação dos objetos, já que cada forma possui uma intenção de representar determinado elemento que compõe o cenário. Na Figura 9 são demonstrados 3 personagens construídos com 3 padrões de formas distintas: o primeiro, com formas arredondadas, transmitindo um personagem harmonioso e simpático, o segundo, desenvolvido com formas retangulares, o que transmite maior seriedade e objetividade, construção que comumente é utilizada em heróis e, por fim, o terceiro, apresentando formas triangulares, normalmente utilizadas em vilões, o que expressa um ar sarcástico e maligno.

Figura 9 - A aplicação estratégica do uso das formas ao projetar personagens



Fonte: Autor

Pelo sistema de leitura visual de formas - Gestalt, que se constitui como um instrumento de análise valioso, a arte possui início no princípio da pregnância da

forma, que destaca que na formação de imagens (personagens e objetos), os fatores de equilíbrio, clareza e harmonia visual são essenciais, sendo a tarefa do Designer a de conceber e desenvolver, através das formas, aquilo que satisfaça a necessidade de adequada estrutura formal, respeitos os padrões e os estilos (GOMES FILHO, 2009).

### 2.3.2.1.2 Cor

Por trás de toda cor observada há um contexto em que ela está sendo aplicada, é a partir deste ponto que o seu significado é construído. Ou seja, a cor em si só não será capaz trazer por completo o seu significado, porém, assim que somada a forma em que será apresentada passa ao observador todo o seu conjunto de significado. Deste modo, o mesmo vermelho poderá causar diferentes sensações quando visto aplicado ao figurino de um personagem, a um objeto do cenário ou ao sangue em uma cena. (HELLER, 2012, p. 23)

O uso das cores, bem selecionadas e somadas a formas claras e intencionalmente definidas, impacta diretamente na interpretação dos espectadores que observam a animação em questão. O cérebro humano interpreta de melhor maneiras a sequencia de quadros onde existem formas coloridas melhor definidas, quando comparadas a traços de lápis no papel. Porém é claro, os traços no papel também possuem a sua intenção narrativa, quando for opção do animador transmitir justamente este aspecto menos claro e mais indefinido (WHITE, 2006, p. 192), o que resta demonstrado pela Figura 10.

Figura 10 - Traços a lápis e animação colorida



Fonte: WHITE, 2006, p. 192

As cores podem ser utilizadas com a intenção de expressar diferentes sentimentos para o espectador, sendo possível transmitir uma sensação silenciosa, calma, mas ainda extremamente poderosa através de cores frias, como azul, lilás ou determinados tons de verdes. Cada personagem pode carregar também sua própria paleta específica de cores, a qual expressa naquele quadro representa a sua presença. O uso das paletas de cores em contraste carrega um peso ainda mais marcantes, sendo possível expor mensagens impactante através de uma cena que se inicia em um jogo de cor fria e corta na sequência para cores quentes, como um vermelho ou amarelo. (GLEBAS, 2009)

Este contraste de sensações presentes entre as cores quentes e frias se mostra perfeitamente expressados nas obras da pintora mexicana Frida Kahlo, expostas na Figura 11.

Figura 11 - Cores quentes e frias

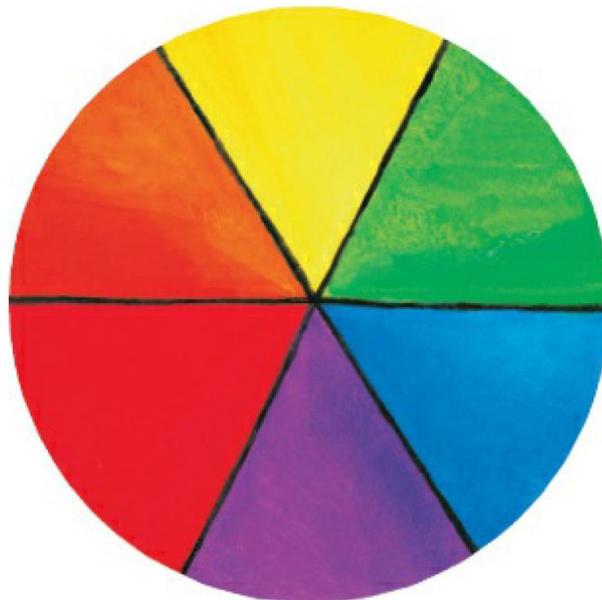


Fonte: KALHO, 1926 e 1938

Este contraste entre cores quentes e frias pode ser desenvolvido também através da iluminação, sendo possível assim lidar com diferentes humores dentro da animação, seja eles mais amenos e calmos ou mais vibrantes e emocionados. (WHITE, 2006, p. 108)

Após debater sobre as cores, suas utilizações e os sentimentos transmitidos ao espectador, destaca-se aqui duas das suas combinações principais: as cores complementares e análogas. Este primeiro conjunto de cores se dispõe opostas umas das outras no círculo cromático – representado na Figura 12 –, com a combinação entre uma cor e a sua complementar obtém então o maior contraste possível. É então considerado as cores primárias análogas como: azul-laranja, vermelho-verde e amarelo-violeta. Por sua vez, as cores análogas são as cores que se apresentam ao lado de uma outra cor no círculo cromático. Esta combinação de duas ou três cores é utilizada para transmitir o maior conforto visual ao observador. (HELLER, 2012, p. 64)

Figura 12 - Círculo Cromático



Fonte: HELLER, 2012, p. 271

### 2.3.2.1.3 Tom

O elemento tom será definido pela intensidade de luz sobreposta, de forma que as suas graduações regulam a grau de visibilidade das informações visuais dispostas,

posto que apenas é possível visualizar o escuro pela proximidade ou sobreposição de algo claro. Por conseguinte, é um dos principais elementos que expressam a sensação de dimensão, além de poder indicar emoções ou diferentes atmosferas. (DONDIS, 2007).

Nesse sentido, as diferentes tonalidades, acabam por se formar justamente pela maior ou menor presença de luz, vê-se na Figura 13 como a utilização diversificada deste elemento é capaz de gerar uma distinta sensação e percepção da cena.

Figura 13 - Gradação



Fonte: WHITE, 2006

Além do mais, pode ser utilizado para aperfeiçoar imagens, auxiliando na representação volumétrica e dimensional, justamente ao propiciar um ambiente de foco dentro de todo um arranjo, ou, ainda, ao gerar contraste pela diferença de tonalidades, resultando no alcance de um apelo visual (CHAVEZ, 2016).

Tal aperfeiçoamento pode ser apresentado na Figura 14 através da diferença de tonalidade no rosto do personagem, construída através da sombra feita pelo cabelo do mesmo em seu rosto.

Figura 14 - Sombra construída com a diferença de tonalidade



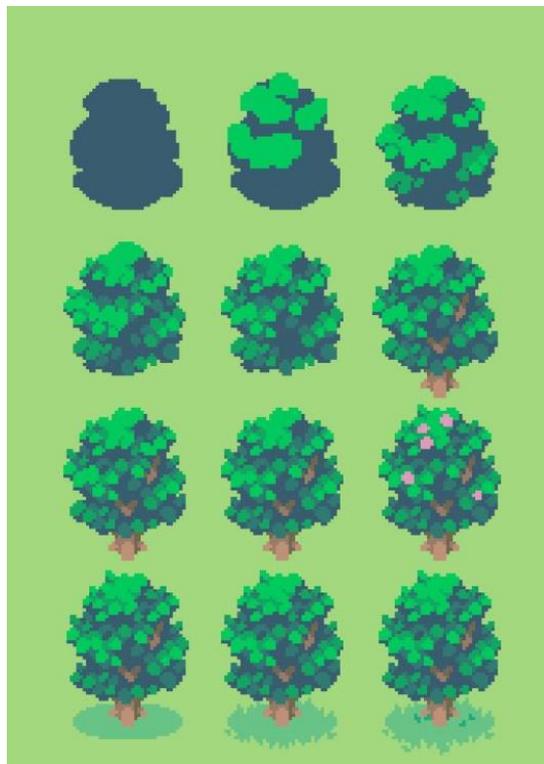
Fonte: KITAZUME; OKUDA; IZUMI, 2003.

#### 2.3.2.1.4 Textura

Este elemento irá atribuir aparência a uma superfície, seja ótica/visual ou tátil/material, por ser aquela que expressa se ela é rugosa, lisa, aveludada, dentre outras, sendo, assim como todas as demais até então abordadas, visíveis em um plano. (DONDIS, 2007; MUNARI, 1997).

Bem como, a textura pode acrescentar um valor contrastante e dimensional, o que se dá através de variações mínimas na superfície do objeto/personagem e resulta em experiências visuais que se relacionam ao sentido do tato, posto que as referências cerebrais remetem o indivíduo a sensações anteriores vividas, sendo possível assim trazer mais organicidade a animação, como demonstrado na Figura 15. (CHAVEZ, 2016).

Figura 15 – Construção de uma textura



Fonte: Disponível: Pinterest<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> <https://br.pinterest.com/pin/288511919875642351/>

Por fim, a textura pode também servir para ajustar as qualidades de superfície de um personagem/objeto. À título de exemplo, a textura da pele de um personagem, responderá de forma diferente à luz do que a textura de suas roupas, sendo as qualidades reflexivas de cada qual definida pelo próprio designer. (WHITE, 2006)

### 2.3.2.1.5 Escala e Dimensão

A escala e a dimensão são elementos que se relacionam às proporções e tamanhos dos objetos/personagens em comparação aos demais, por conta disso se apresentam como elementos capazes de auxiliar o espectador a compreender os detalhes do cenário, dos objetos e dos personagens em si, já que a depender da diferença entre tamanhos atribuídos a determinados itens, estes tendem a causar interpretações diversas ao observador; de forma que passam a ser mais uma ferramenta, fora às demais já listadas, a ser utilizada pelo designer com o intuito de estruturar a mensagem visual e guiar o interesse e o entendimento daquele que está diante da sua animação (DONDIS, 2007, p. 75).

Esta característica é exposta na Figura 16, em que a personagem principal do filme Alice no País das Maravilhas (1951) caminha entre árvores, as quais possuem uma escala muito maior, quando comparada a personagem, gerando tensão para o espectador.

Figura 16 - Influência do cenário na percepção de escala



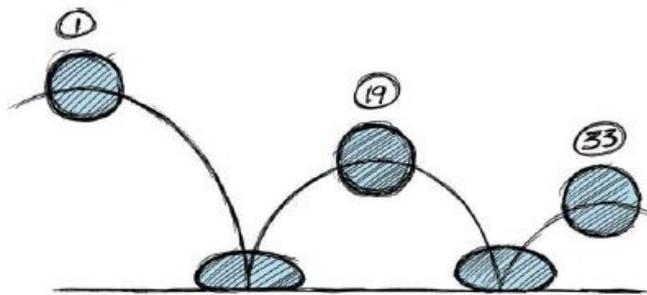
Fonte: Alice no País das Maravilhas, 1951.

Ademais, ainda dentro da questão da escala e da dimensão, cabe destacar, à título de complementação, que se mostra estritamente necessário a compreensão de que na animação os enquadramentos escolhidos pelo animador, o movimento, as texturas e os objetos aplicados com as suas devidas escalas, se somam e são capazes de transmitir uma ilusão de cena tridimensional em um quadro dimensional. (BLOCK, 2001).

#### 2.3.2.1.6 Movimento

O movimento é um elemento visual que está presente a todo momento no cotidiano do ser humano, e na animação pode ser construído através do simples deslocar de câmera pelo cenário, ou até mesmo, em uma imagem estática que pode ser capaz de transmitir tal sensação, como exposto na Figura 17. (BLOCK, 2001)

Figura 17 - Representação do movimento ao quicar de uma bola



Fonte: WHITE, 2006.

#### 2.3.2.2 Princípios da Animação

Com o intuito de cativar o espectador, o animador deve utilizar de determinados princípios presentes na animação, para assim “ter um conceito claro do que entretém a audiência, e as ferramentas e capacidades para tornar as ideias claras”. E foi exatamente com este interesse que Jonh Lasseter, realizador da Pixar elaborou um artigo abordando os 12 princípios fundamentais da animação clássica, os quais

“ajudam no processo de criação de personagens e de situações mais credíveis”. (DIAS, 2010):

#### 2.3.2.2.1 Comprimir e Esticar/Squash and Stretch

Todo elemento orgânico ou inorgânico tende a sofrer pequenas, ou, em determinados casos, grandes mudanças, como amassar e esticar. A título de exemplo, durante o movimento de flexionar o braço ou ao realizar uma expressão facial os músculos alongam-se horizontal ou verticalmente, enquanto no sentido inverso, vertical ou horizontalmente estes se contraem. Faz parte de uma boa animação trazer este elemento para os quadros, sempre respeitando uma das importantes regras para a utilização deste princípio, a qual segundo defende Lasseter: “não importa o quão esmagado ou esticado um objeto seja, seu volume permanece constante. Se um objeto fosse esmagado sem esticar os lados, ele pareceria encolher; caso esticasse sem os lados apertados, pareceria crescer” (LASSETER, 1987, tradução nossa). Princípio exposto na Figura 18.

Figura 18 - Representação do princípio Comprimir e Esticar



Fonte: THOMAS, JOHNSTON, 1981

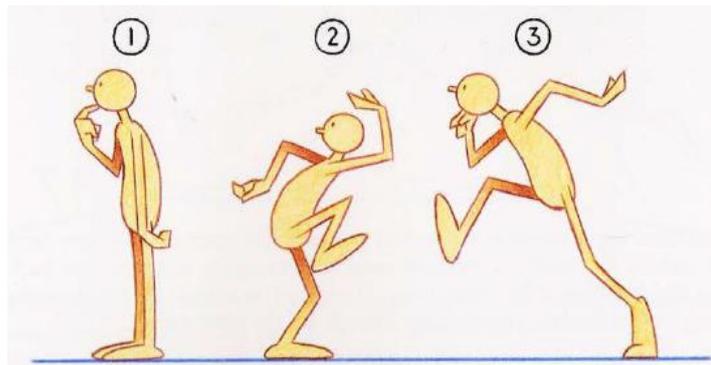
#### 2.3.2.2.2 Antecipação/Anticipation

Na animação é necessário antecipar os movimentos de um personagem, com o intuito de preparar o espectador para o que está por vir. Nesse sentido, a depender

do tempo que leva esta ação, caso esta detenha um tempo muito curto, por exemplo, será necessário aumentar a duração da antecipação (WHITE, 1988).

Como o exemplo expresso na Figura 19, que demonstra a preparação para a corrida de um personagem que está saindo de cena.

Figura 19 - Representação do princípio Antecipação



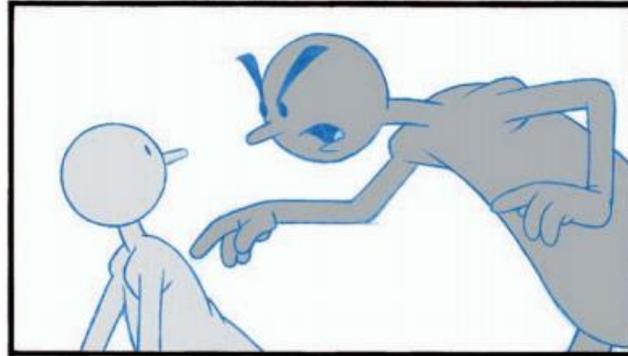
Fonte: WHITE, 1988

#### 2.3.2.2.3 Encenação/Staging

Assim como no teatro ou em filmes captados através de câmeras convencionais, onde os atores ensaiam e encenam de modo a transmitir determinada emoção aos espectadores, de igual modo deve acontecer na animação, onde “para encenar uma ideia claramente, o olhar do público deve ser guiado para o local exato, para que o espectador não se perca”. O animador é responsável por buscar, em cada quadro, transmitir a informação e as emoções necessárias através de distintos elementos, os quais somados são responsáveis por encenar aquele momento. Um exemplo deste artifício é o fato de que “em uma cena muito movimentada, os olhos serão atraídos para algo que está parado”. Ao utilizar deste recurso o animador irá guiar o espectador, como quem diz "veja isto, agora veja isto, e agora veja isso". (LASSETER, 1988, tradução nossa)

Mais um exemplo da aplicação do princípio da encenação está na aplicação dos enquadramentos para expressar determinado sentimento no espectador. A Figura 20 expressa como o animador, de modo rápido, expõe para o espectador a relação entre ambos os personagens e a tensão presente na cena.

Figura 20 - Representação do princípio Encenação



Fonte: WHITE, 2009

#### 2.3.2.2.4 *Ação contínua e Pose a Pose/Straight Ahead Action and Pose--to--Pose Action*

Este princípio aborda duas diferentes técnicas possíveis para o processo de animar uma cena. A primeira proporciona ao animador um modo com maior liberdade criativa sobre os traços dentro do projeto, uma vez que este irá desenhar o primeiro quadro e a partir dele obter os desenhos seguintes até concluir a cena. Deste modo alguma proporção pode ser alterada ou detalhe deixado de lado, ainda que intencionalmente, ou não. Já a técnica pose a pose consiste em inicialmente o animador projetar quadros-chave e entre esses ir criando os demais quadros, assim sendo mais fácil manter todas as proporções e seguir dentro da estrutura inicial da cena, de certo modo, bloqueando parcialmente que um momento criativo possa vir a modificar o rumo da cena. (LASSETER, 1987)

Nas Figuras 21 e 22 são demonstradas duas figuras em que abordam os dois processos citados.

Figura 21 - Cena construída a partir de um quadro inicial - ação contínua



Fonte: DIAS, 2010

Figura 22 - Cena construída quadro a quadro - pose a pose

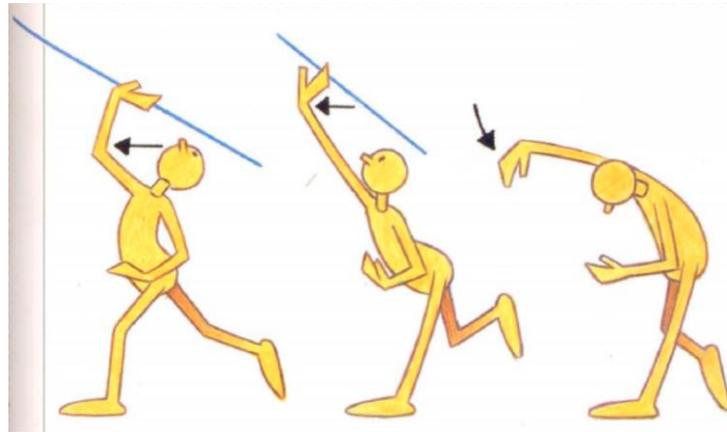


Fonte: DIAS, 2010

#### 2.3.2.2.5 Continuidade e Ação Sobreposta/*Follow Through and Overlapping Action*

Para iniciar um movimento se é aplicado anteriormente o princípio da antecipação, já para finalizar o movimento da maneira mais fluída é recomendado utilizar a continuidade. Este princípio constitui na construção de alguns quadros após o fim de uma ação, complementando-a de modo mais natural. Como exemplo pode ser utilizado a Figura 23, em que o personagem prepara a realização do movimento dobrando o braço, realiza o movimento esticando o braço e arremessado a lança e curva a mão, com a intenção de expor a continuidade deste movimento na mesma direção. (LASSETER, 1987)

Figura 23 - Representação do princípio Continuidade e Ação Sobreposta



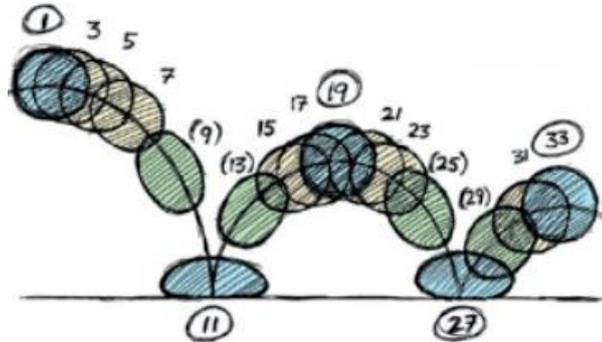
Fonte: WHITE, 1988

#### 2.3.2.2.6 Desaceleração e Aceleração/Slow in and out

Ao encerrar uma cena e iniciar a seguinte o animador pode marcar a mudança de foco entre personagens, ações, temas e o que for do interesse da animação. O certo é: algo ali está sendo alterado. E para que esta mudança seja feita de modo mais natural e facilite a aceitação e compreensão do espectador John Lasseter encontrou em seus estudos acerca dos princípios da animação o perfeito uso das desacelerações e acelerações. Ao aplicar estas nas mudanças de uma cena e outra este momento a mais dado pela aceleração será utilizado para a assimilação do espectador e a aceleração da cena seguinte o irá colocar novamente no ritmo da animação. (LASSETER, 1987)

A Figura 24 apresenta como a mudança de aceleração pode ser realizada em uma animação produzida quadro a quadro.

Figura 24 – Representação do princípio Acelerar e Desacelerar



Fonte: WHITE, 2006.

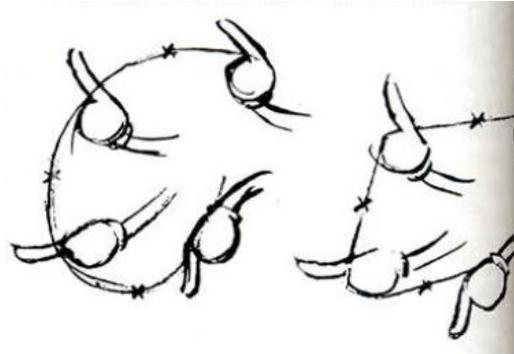
Os números presentes na Figura 24 representam cada quadro que forma a cena de uma bolinha quicando, assim expresso que no início e no fim do movimento é feito uma desaceleração, já na parte central ocorre o inverso, o movimento é descrito por mais quadros, deste modo a expressar a aceleração que a bolinha possui.

#### 2.3.2.2.7 Arcos/Arcs

No mundo real os movimentos normalmente são desenvolvidos através de arcos, e é com a intenção de tornar uma animação mais próxima do olhar humano que se buscou trazer os arcos para expor maior fluidez nos movimentos. Caso este princípio não seja aplicado de maneira correta os movimentos tendem a adquirir aspectos enrijecidos e até mesmo robóticos, o que é claro, dependendo da intenção do animador pode até ser algo positivo, mas deste modo, ainda será o princípio dos arcos agindo de modo inverso a sua função original. (DIAS, 2010)

Na Figura 25 pode ser visto a comparação do mesmo movimento de mão realizado através de modos diferentes, a esquerda o personagem move seu braço através de um arco, enquanto a imagem da direita representa o movimento construído através linhas retas, assim se transmitindo um mover enrijecido e de pouca, ou nenhuma, fluidez.

Figura 25 - Representação do princípio dos Arcos



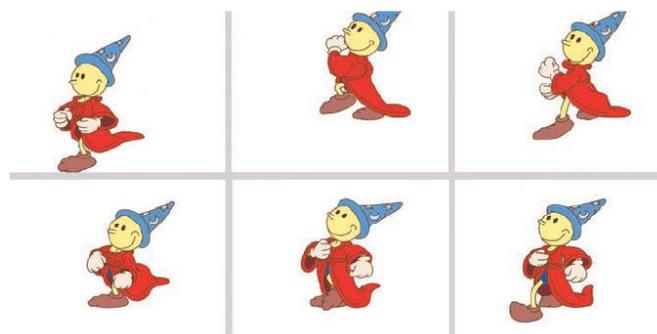
Fonte: THOMAS, JOHNSTON, 1981

#### 2.3.2.2.8 Ação Secundária/Secondary Action

A utilização deste princípio tem a intenção de fortalecer a mensagem transmitida na ação de um personagem. Com isso será expresso mais ênfase aquele momento, seja ele um momento muito feliz em que determinado personagem dá um salto seguido de um soco no ar para expressar sua felicidade ou o personagem que atordoado, que ao se levantar balança levemente a cabeça. No primeiro exemplo é considerado a ação principal o salto e o soco no ar a ação secundária. Já no segundo exemplo o balançar de cabeça expressa esta ação secundária e reforça o fato do personagem se levantar atordoado. (THOMAS, JOHNSTON, 1995)

Na Figura 26 é apresentado um exemplo de ação secundária. O caminhar do personagem se classifica como ação secundária, mas a maneira como o mesmo move seus braços e sua cabeça expressão a felicidade presente nesta caminhada.

Figura 26 – Representação do princípio da ação secundária



Fonte: WHITE, 2006

Este princípio por sua vez deve ser utilizado de modo moderado, sempre o animador tendo o cuidado necessário para não transformar a ação secundária mais marcante do que a ação principal, pois caso contrário, ela deixará de ser a ação secundária e não transmitirá a mensagem necessária para a cena. (THOMAS, JOHNSTON, 1995)

#### 2.3.2.2.9 Temporização/Timing

Este princípio é responsável por guiar o entendimento do espectador, ditando qual ação ou cena terá mais ou menos espaço dentro da animação, sendo possível com o timing “[...] sugerir rapidez ou lentidão, sutileza ou impacto, peso ou leveza em uma ação” (WHITE, 2006, tradução nossa). Princípio exposto na Figura 27.

Figura 27 – Representação do princípio de temporização



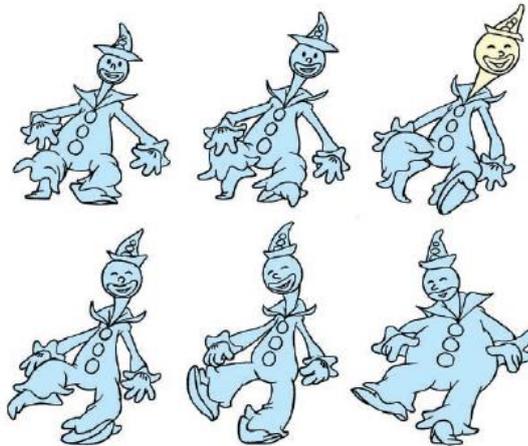
Fonte: WHITE, 2006

Cada boneco representado na Figura 27 apresenta um quadro responsável por descrever o movimento necessário para esta cena. De início este pode ser um movimento complexo, que requer mais quadros para obter maior detalhamento e assim ganhar fácil entendimento do espectador, bem como tornar despercebida toda a sua complexidade e, por fim, restar apenas uma cena fluída e de fácil percepção. (WHITE, 2006)

### 2.3.2.2.10 Exagero/Exaggeration

Exagerar uma pose de um personagem/objeto de forma a dar ênfase ao movimento animado.

Figura 28 - Representação do princípio do exagero



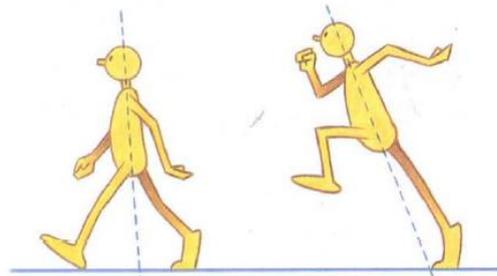
Fonte: WHITE, 2006

Na Figura 28 é demonstrado quadro a quadro a risada de um palhaço, expondo o movimento exagerado, feito durante a risada, na cabeça do mesmo, com a intensão de dar maior ênfase na gargalhada e expressar uma risada verdadeiramente intensa. Esta ênfase é apresentada novamente na figura a seguir, em que a caminhada do personagem em questão recebe características fantasiosas para demonstrar imensa felicidade. Este efeito é construído através de pernas alongadas, movimentos de braço mais livres e a alteração do centro de gravidade do personagem na Figura 29. “A chave é escolher bem uma ação e torná-la mais extrema, ou seja, mais exagerada para lhe dar mais vida, mas não demasiadamente exagerada pois corresse o risco de não ser passível de ser real<sup>7</sup>” (SILVA, 2014, tradução nossa).

---

<sup>7</sup> Trecho em seu idioma original: português de Portugal.

Figura 29 – Representação do Princípio do exagero aplicado em uma caminhada



Fonte: WHITE, 1988

#### 2.3.2.2.11 *Desenho Sólido/Solid drawing*

As animações devem ser construídas a partir de desenhos sólidos, que apresentem volume e tridimensionalidade, mesmo em uma animação 2D. Estes fatores são construídos pelos animadores através das sombras, cores e formas aplicadas a cada cena, assim “aplicando na imagem a percepção de peso, profundidade e equilíbrio”. As formas vistas na natureza dificilmente apresentam total simetria e o mesmo é recomendado às animações, uma vez que estas formas apresentam pouca naturalidade, dificultando uma assimilação natural e familiar ao espectador. (DIAS, 2010)

Na Figura 30 é possível perceber de modo claro a diferença de textura e volumes aplicada em todo o quadro do longa animado “Lino”, assim como a falta de simetria dos personagens, de tal modo exposto formas mais naturais e familiares ao espectador.

Figura 30 – Representação do Princípio do Desenho Sólido



Fonte: LINO, 2017.

#### 2.3.2.2.12 *Apelo/Appeal*

A essência presente nos personagens que é capaz de captar a atenção do espectador descreve o princípio do apelo. Seja um personagem meigo, divertido, vilão ou o dito mocinho, independente da sua função narrativa ele deve conter características capazes de gerar distintas emoções no público e fazer dele um personagem único “pois, tal como os humanos, ninguém é igual a ninguém. Isto dá a cada personagem um estilo próprio, e a capacidade de reagir às situações de forma distinta”. (DIAS, 2010).

O personagem representado na Figura 31, Miguel - do longa animado “Viva – A Vida É uma Festa”, dos Estúdio Pixar, é uma demonstração das características humanas, que encantam o espectador, empregadas aqui em um personagem de animação com o intuito de cativar.

Figura 31 – Representação do Princípio do Apelo



Fonte: VIVA - A VIDA É UMA FESTA, 2017.

Com base em todo o explicitado, na metodologia geral de pesquisa escolhida, com as ponderações acerca da metodologia específica de design de animação suscitadas, se iniciará as etapas da produção da animação em si, onde serão postas em práticas as estratégias até aqui definidas para abordagem da problematização e, posterior obtenção da animação 2d final que se disponibilizará com a intenção de escancarar o problema e demonstrar aos espectadores a importância da valorização do cinema nacional.

### 3 PESQUISA DE CAMPO

Antes disso, ou seja, de adentrar nas etapas da produção da animação (pré-produção, produção e pós-produção), se mostrou necessário realizar uma pesquisa para compreensão do posicionamento e das expectativas atuais da população brasileira frente ao cinema nacional. Isso porque para ser possível alcançar e desvendar os motivos da preferência pelas produções internacionais, fez-se necessário conversar com o público geral acerca do assunto, transcendendo a pesquisa bibliográfica feita nos capítulos anteriores e partindo também para o campo prático.

Para tanto, criou-se um formulário de pesquisa intitulado “*As preferências cinematográficas do público brasileiro*”, que segue integralmente no apêndice I do presente trabalho acadêmico e que foi publicado em plataforma online própria para tanto (Google Forms<sup>8</sup>).

Para a veiculação do mesmo foi utilizado das redes sociais, *Instagram* e *Whatsapp*, sempre convidando as pessoas para responder e divulgar o formulário, assim sendo possível alcançar mais pessoas e de diferentes regiões, idades e preferências cinematográficas. O processo de veiculação e de resposta do questionário ocorreu entre os dias 23 e 25 de setembro, do ano de 2020.

Em resumo, tal formulário foi produzido com o intuito de buscar compreender as preferências referentes as escolhas dos filmes feitas pelo público brasileiro e, com isso, entender melhor o que motiva as pessoas a assistirem as produções nacionais ou a não assisti-las.

Dessa forma, em sua primeira etapa (seção 1) do formulário foram incluídas perguntas capazes de indicar as características pessoais daqueles que responderam questionário (sua idade, gênero, região e escolaridade), até para que fosse possível constatar qual o público que foi de fato atingido.

Após, na seção 2, buscou-se compreender efetivamente os hábitos de consumo cinematográfico daquele que veio a responder o questionário.

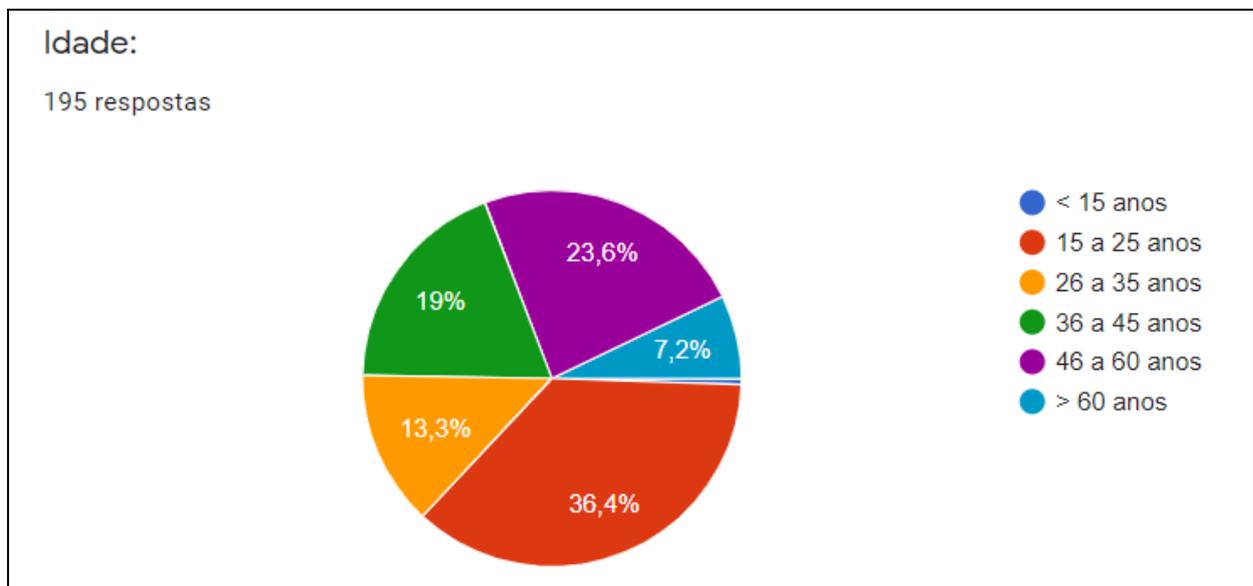
---

<sup>8</sup> <https://docs.google.com/forms/d/1IL5IOODB7v4k75TiePEKBI-ht2JJ4qt-my0wJhrh9Vo/edit>

Nesta segunda e última seção questionou-se qual a preferência de consumo do questionado: filmes, séries ou ambos; quais os gêneros de filmes/séries que prefere consumir: ação/aventura, romance, comédia, suspense, terror/horror, drama, animação ou outros; onde costuma consumir o conteúdo (de acordo com a rotina pré-pandemia): cinema; tv aberta; tv fechada (canais de assinatura), *streaming* (netflix, amazona prime, globoplay, apple tv+...), outros; quantos filmes em média costuma assistir em um mês e dentre eles quantos seriam nacionais; a frequência que costuma assistir filmes em salas de cinema e dentre eles quantos seriam nacionais; se a sua preferência seria por produção nacionais ou estrangeiras; quais as razões pela preferência por produções estrangeiras; o que o levaria a assistir mais filmes nacionais; quais os filmes nacionais preferidos; se considera que os filmes nacionais estão em pé de igualdade com as produções estrangeiras, dentre outros.

A referida pesquisa, após ser divulgada nas redes sociais, obteve um retorno de 195 (cento e noventa e cinco) respostas, alcançando pessoas das mais variadas faixas etárias, de forma bem distribuída e exposta na Figura 32.

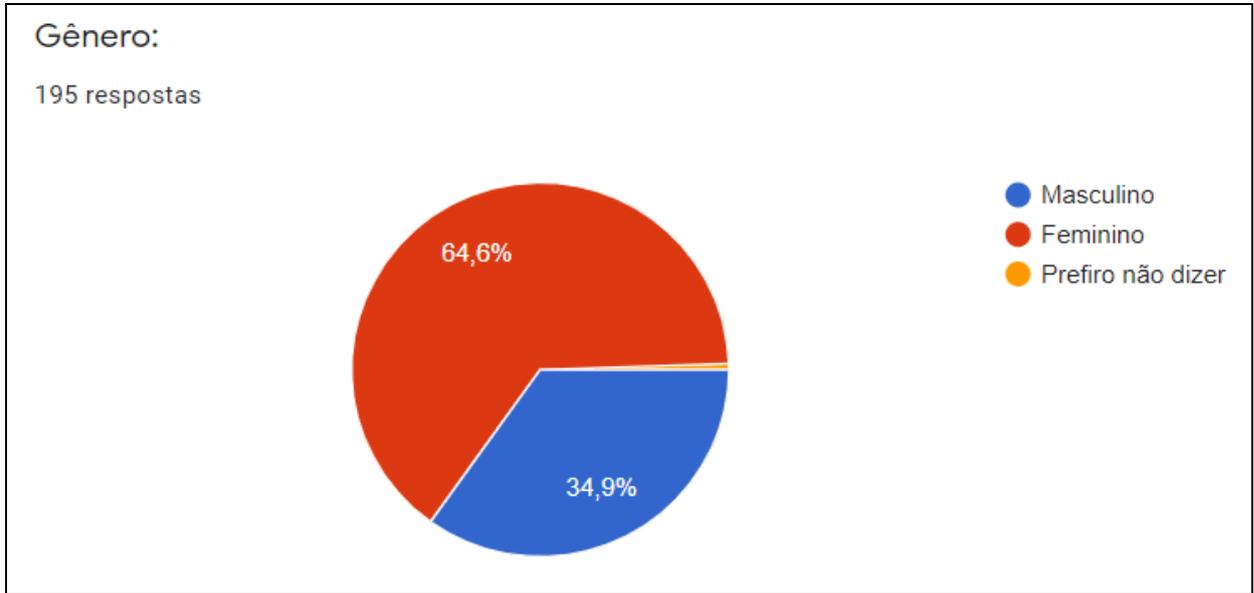
Figura 32 - Idade



Fonte: Autor

Sendo os respondentes em sua maioria do público feminino, compreendendo a mais de 60%, gráfico exposto na Figura 33.

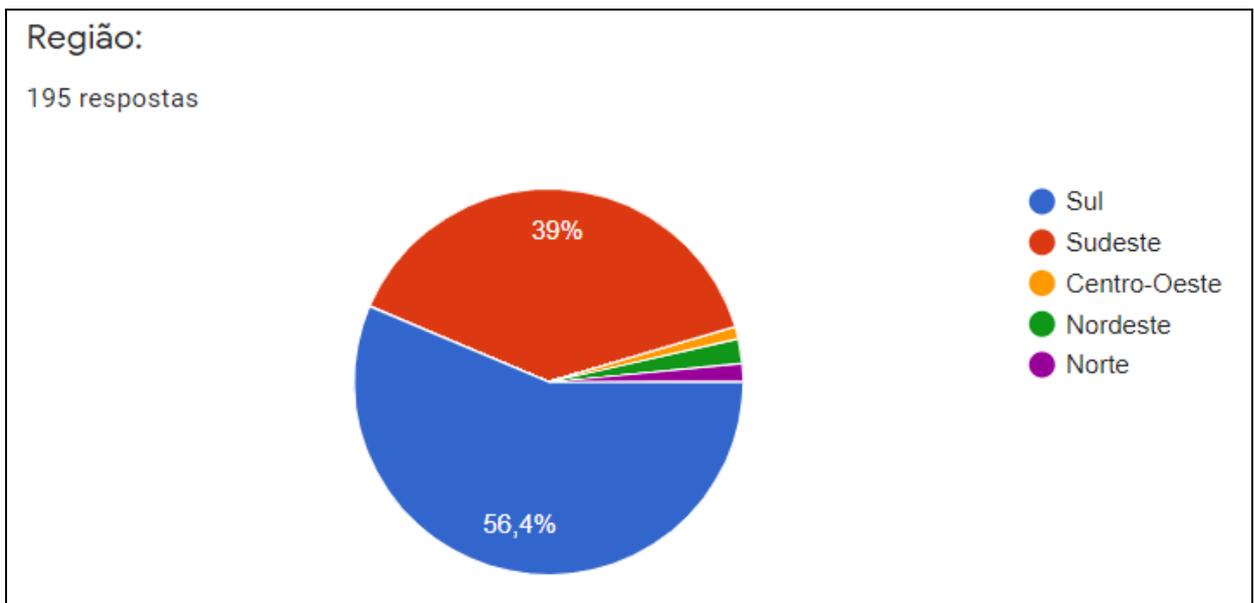
Figura 33 – Gênero



Fonte: Autor

A Figura 34 expões as informações obtidas quanto à região, em que o maior número de respondentes encontra-se na região sul do país.

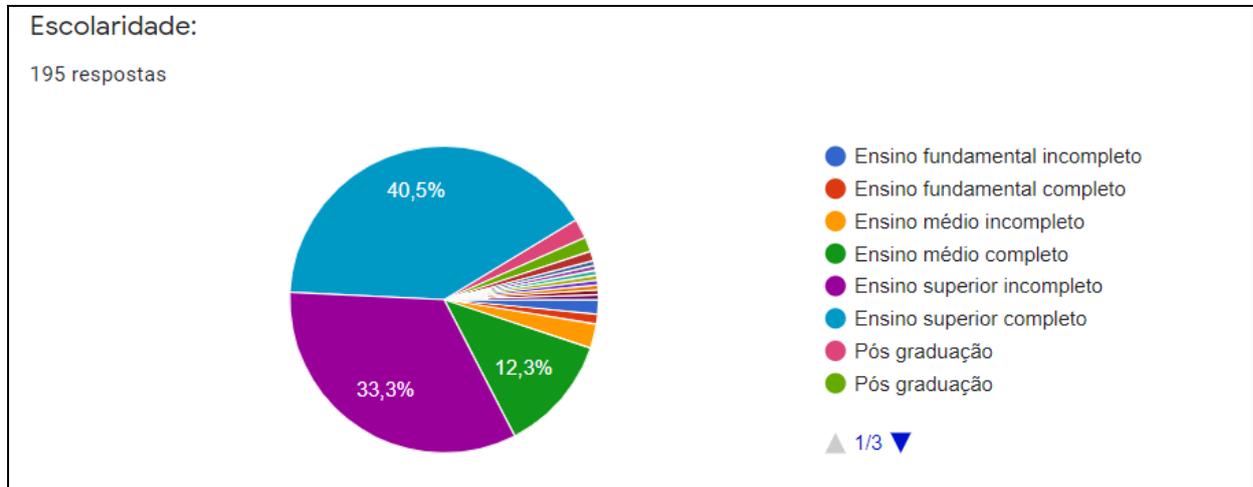
Figura 34 - Região



Fonte: Autor

E possui ensino superior completo, mais de 40% dos respondentes, apresentados na Figura 35.

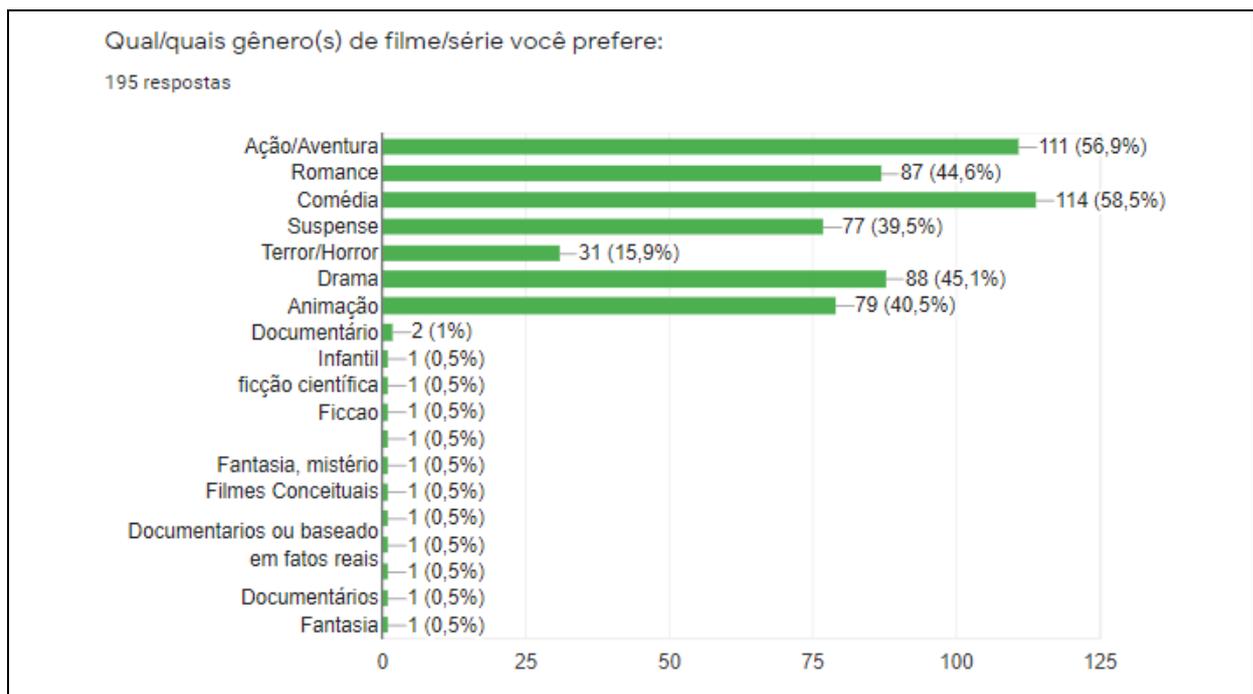
Figura 35 - Escolaridade



Fonte: Autor

Em relação ao gênero de filme de preferência, foi possibilitada a escolha de mais de uma opção e estas foram diversificadas, atingindo em sua maioria as porcentagens os filmes de ação/aventura, comédia, drama e romance, alcançando as animações o 5º lugar, com 79 dos 195 participantes (40,5%):

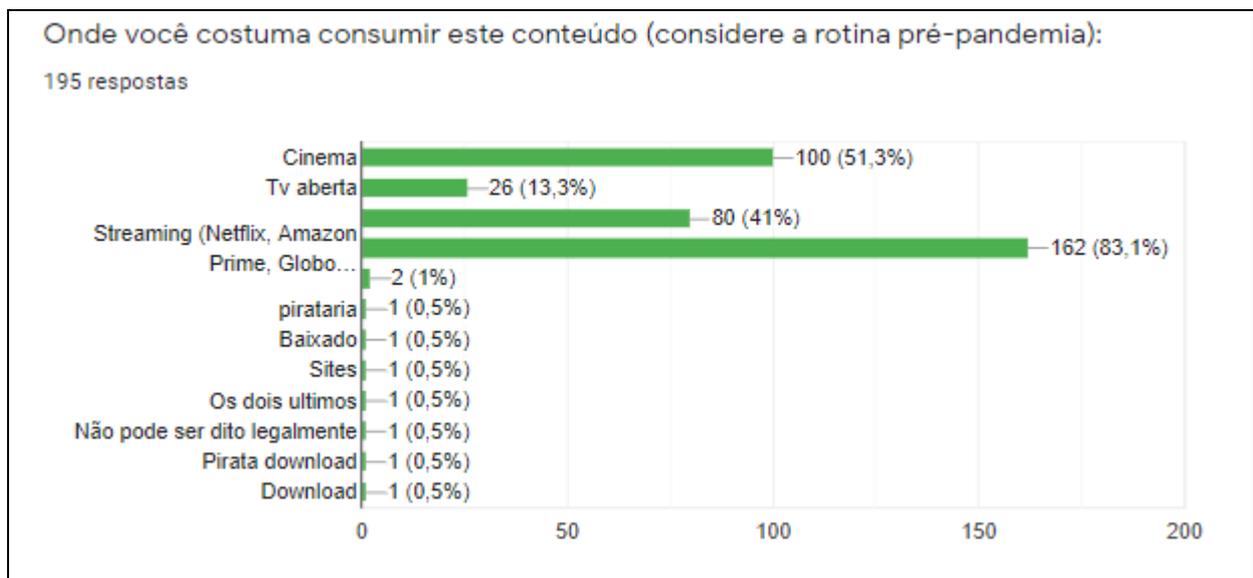
Figura 36 - Gênero de Filmes



Fonte: Autor

Na Figura 37 os dados referentes ao local de consumo do conteúdo cinematográfico, as opções de escolha eram igualmente abertas, possibilitando a escolha de mais de uma delas, restando as plataformas de streaming em primeiro lugar, escolhida por 162 dos 195 participantes.

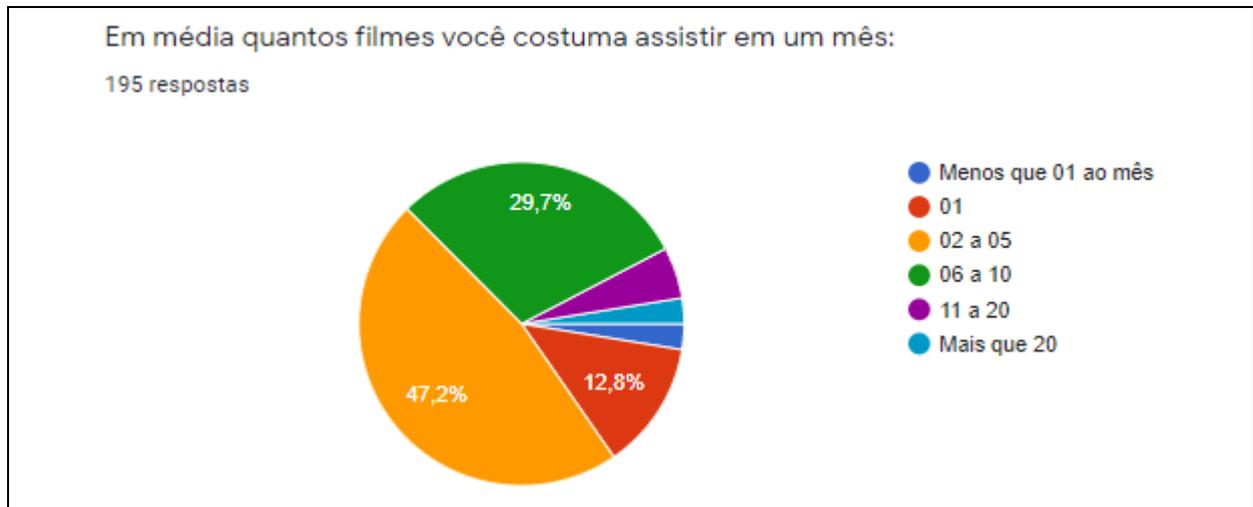
Figura 37 - Local de consumo de conteúdo cinematográfico



Fonte: Autor

Na sequência, ao se questionar a quantidade de filmes que os participantes costumam assistir durante o período de 1 (um) mês, checkou-se que a sua maioria detém habitualidade no consumo, posto que 47,2% deles assistem de 2 a 5 filmes ao mês e 29,7% de 6 a 10, sendo que apenas 2,6% deles os que assistem menos de 1 por mês, dados expostos na Figura 38.

Figura 38 - Quantidade de filmes que costuma assistir ao mês

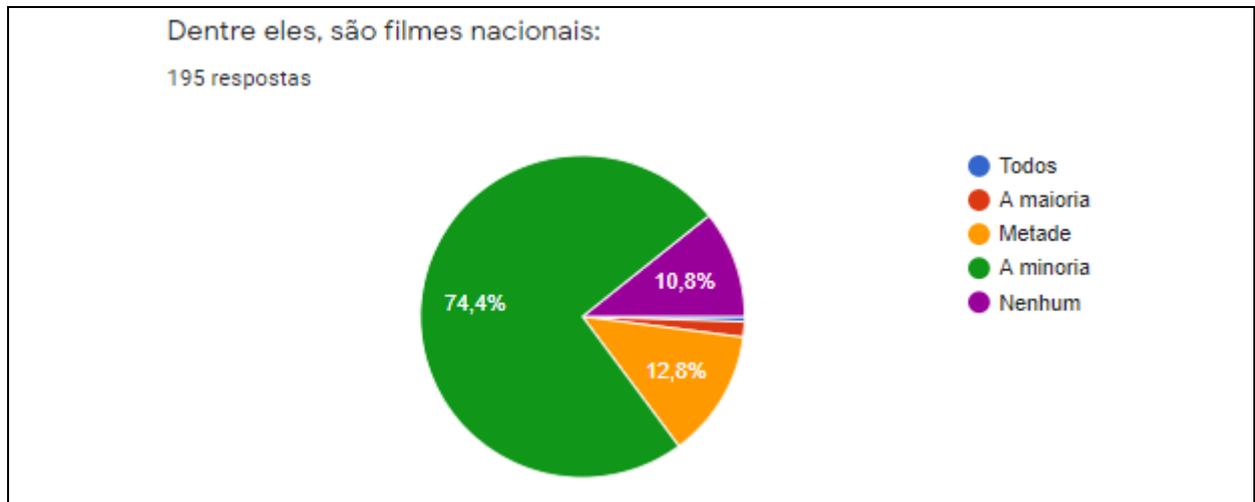


Fonte: Autor

De forma que, pela tabela acima fica explicitado que foi possível alcançar público que de fato consome, e muito, as produções cinematográficas e, portanto, capazes de satisfazer as expectativas do formulário elaborado.

Com isso, ao serem questionados qual seria a frequência dos filmes especificadamente nacionais dentre aqueles que costumam assistir, conforme exposto na Figura 39, grande parte dos participantes (74,4%) informaram que apenas a minoria dos filmes assistidos seriam produções nacionais e ainda, 10,8% informaram que nenhum deles seriam nacionais, ao que somadas estas porcentagens chegasse ao total de 85,2% dos participantes que dentre o catálogo de filmes assistidos num mês não opta nunca ou quase nunca por uma produção de filme nacional.

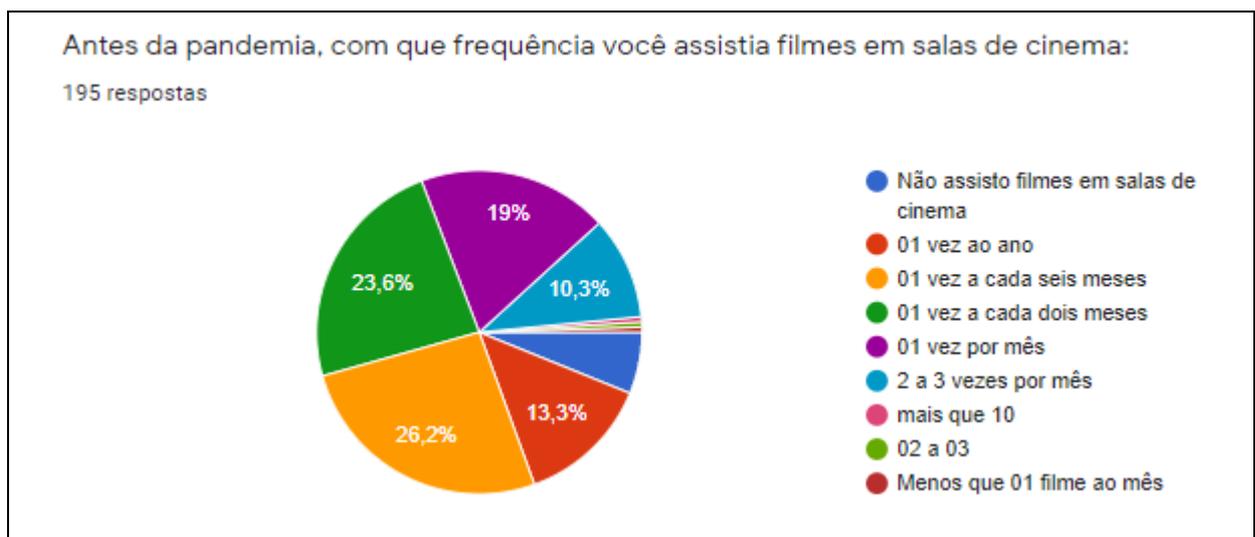
Figura 39 - Quantidade de filmes nacionais que costuma assistir



Fonte: Autor

Disso, questionou-se qual a habitualidade da ida dos participantes às salas de cinemas, tendo sido atingido em sua maioria pessoas que vão 1 vez a cada seis meses ao cinema (26,2%), 1 vez a cada dois meses (23,6%), 1 vez por mês (19%) e 2 a 3 vezes por mês (10,3), gráfico completo na Figura 40.

Figura 40 - Quantidade de filmes que costuma assistir em salas de cinema



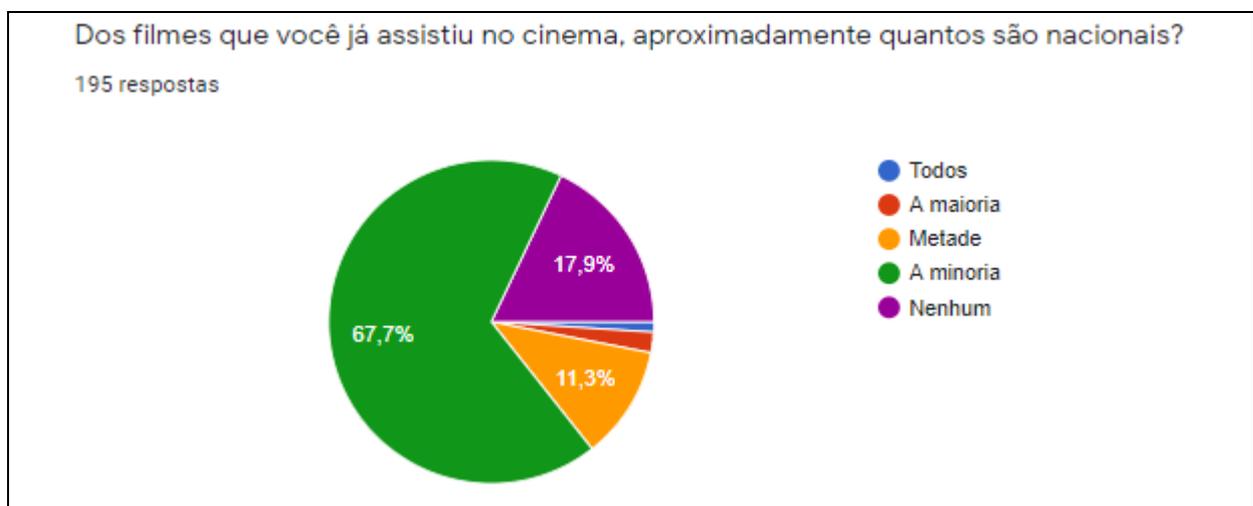
Fonte: Autor

Assim, atingido um público de participantes que efetivamente frequenta as salas de cinema, foi possível aprofundar ainda mais o resultado da pesquisa obtendo

resposta acerca da quantidade de filmes nacionais dentre aqueles assistidos em salas de cinema.

A Figura 41 expõe os dados obtidos quando questionados acerca da quantidade de filmes nacionais que são escolhidos dentre aqueles assistidos em salas de cinema, 67,7% respondeu que apenas a minoria deles seria nacional e 17,9% que nenhum deles.

Figura 41 - Quantidade de filmes nacionais em sala de cinema

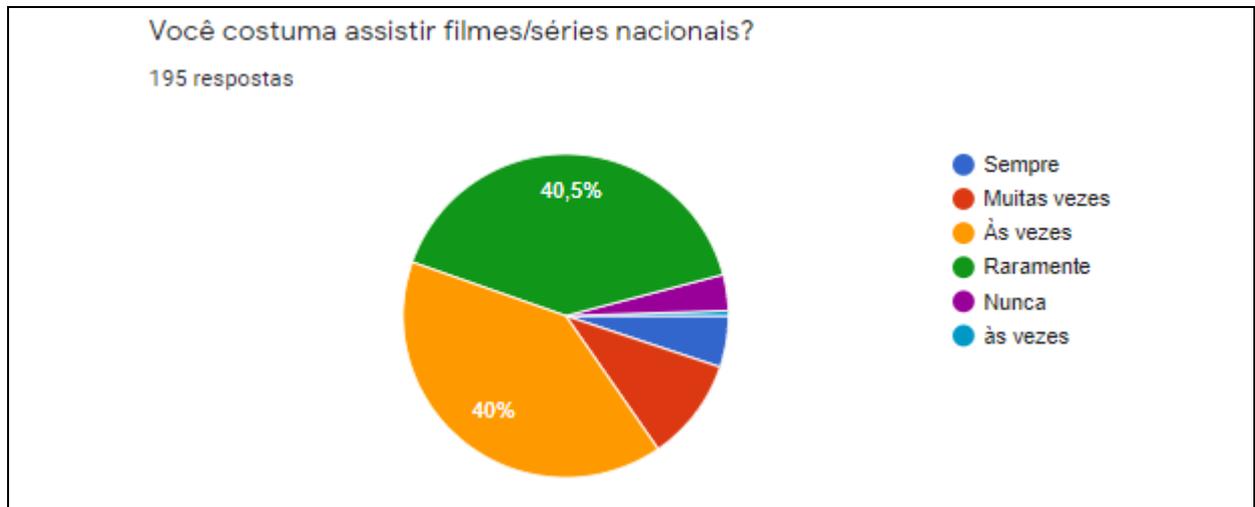


Fonte: Autor

A fim de verificar se essa ausência de habitualidade pela escolha de filmes nacionais seria restrita ao âmbito das salas cinemas, decidiu-se por questionar se, no geral, ainda assim ela se manteria.

Ao que se confirmou, no geral, dentro ou fora das salas de cinema, a falta de habitualidade na escolha por filmes nacionais, sendo 40,5% aqueles que raramente optam por filmes nacionais e 40% aqueles que as vezes os escolhem, descritos na Figura 42.

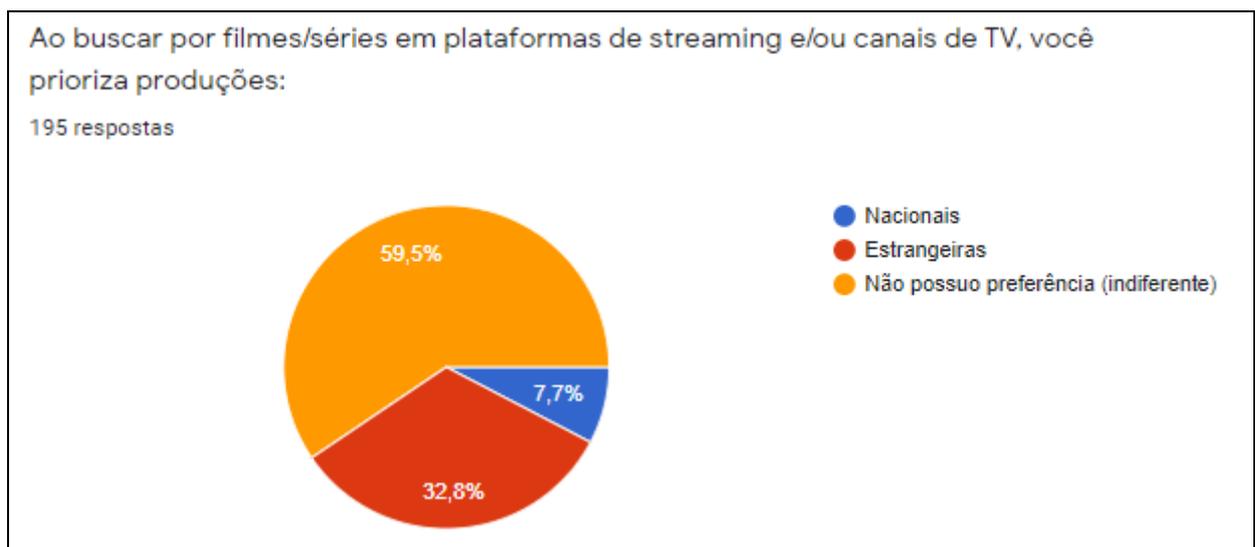
Figura 42 - Habitualidade do consumo de filmes nacionais



Fonte: Autor

Por fim, o gráfico presente na Figura 43 expõe os resultados ao questionar ainda se, não nas salas de cinemas, mas dentro das plataformas de Streaming haveria procura específica por filmes nacionais e, as respostas, foram de que apenas 7,7% deles procuravam por filmes nacionais, os demais ou priorizam filmes estrangeiros ou não possuíam preferência.

Figura 43 - Procura de filmes nacionais em plataforma de Streaming



Fonte: Autor

Disso foi possível concluir que a procura por filmes nacionais, ainda que num aspecto de 195 participantes, é baixa, seja fora ou dentro da sala de cinema e apesar da assiduidade do consumo de conteúdo cinematográfico as escolhas sempre pendem para as produções estrangeiras.

A partir disso, por meio de pergunta aberta, buscou-se constatar as razões da escolha por produções estrangeiras, onde foi possível obter, entre outras, as seguintes justificativas:

- *“A qualidade - da produção, edição, trilhas, enredo - é melhor”*
- *“As temáticas atraem mais”;*
- *“são mais bem produzidos”;*
- *“Porque tem maior variedade”;*
- *“Falta de uma história que prenda a atenção”;*
- *“Pela falta de investimento em divulgação/produção de conteúdo”;*
- *“Qualidade de produção e roteiro, temas mais abrangentes e qualidade dos atores”;*
- *“[Por ter] mais exposição a elas”;*
- *“[Porque] As nacionais são muito "arrastadas", não são tão emocionantes”.*

Quando questionados o que poderia levá-los a assistir produções nacionais com maior assiduidade ou vir a começar a assisti-las, foram dadas, dentre outras, as seguintes respostas:

- *“maior divulgação”*
- *“Maior alcance na divulgação deles a ponto de chegar em mim”*
- *“quantidade”*
- *“indicações de amigos”*
- *“Maior oferta disponível para TV.*
- *“Maior diversidade nos temas abordados”*
- *“enredo diferente e impactante”*
- *“Qualidade”*

Ainda, perguntados se consideram que as produções nacionais estão em pé de igualdade com as produções estrangeiras, dentre outras respostas, assim responderam:

- *“Ainda estão distantes, acho que as políticas públicas não dão o devido incentivo e verbas para produções nacionais”.*
- *“Acho que ainda não estão no mesmo nível, aqui no Brasil a valorização artística é precária, muita gente não se importa com a arte, fazendo com que produções e até essa área de trabalho seja muito mais fechada. Acho que estamos começando a valorizar mais, acredito muito que em um futuro breve, poderemos evoluir sim”.*
- *“Ainda falta muito para alcançar a excelência estrangeira e muito devido à falta de incentivo do governo à cultura e às inúmeras produções comerciais”.*
- *“Apesar da evolução, acho que as produções brasileiras, no geral, ainda são muito inferiores às estrangeiras. Técnica e criativamente. Embora alguns filmes pontuais nacionais tenham o meu carinho, no geral, ainda há muitos detalhes a serem aperfeiçoados”.*
- *“Ainda existe enorme discrepância entre produções nacionais e internacionais, principalmente quando se trata de blockbusters. Porém em termos de cinema como expressão artística e não como meio de arrecadações bilionárias, o Brasil produz filmes de peso e que podem ser comparados com filmes internacionais, tendo em vista a realidade e a estética próprias do cenário brasileiro. O cinema brasileiro carece de valorização e fomentação cultural”.*
- *“Acho que a maior diferença entre os dois é o orçamento envolvido e as burocracias para que tal conteúdo seja exibido”.*

Ou seja, apesar de por motivos diversos, os participantes não atribuem pé de igualdade às produções nacionais e estrangeiras, conferindo esta discrepância à falta de visibilidade, de qualificação, incentivo, dentre outros.

Ao final, solicitou-se que listassem ao menos 3 (três) filmes nacionais assistidos e que possuíam maior identificação, pelos quais foi feito o levantamento dos mais apontados que segue abaixo, na Figura 44, sendo eles “Minha mãe é uma peça” com 50 menções, “Tropa de Elite” com 35, “O Auto da Compadecida” com 31, “Bacurau” com 21, “Cidade de Deus” com 18, “Central do Brasil” com 16, “Hoje eu quero voltar sozinho” com 15, “Coisa mais linda” com 11 e “Que horas ela volta?” com 9 menções.

Figura 44 - Filmes mais citados durante a pesquisa



Fonte: Autor

Por todo o exposto, como se pôde observar há um grande desinteresse, de modo geral, pelos filmes nacionais, conforme se pressupunha antes da realização da

pesquisa, o que veio a ser confirmado por meio dela. Ainda assim, foi também possível observar, quando questionados acerca de suas preferências dentro do catálogo de filmes nacionais, que há algumas obras em destaque que poderão servir de inspiração para a produção da animação.

Nesse sentido, conhecedor do posicionamento do público atual acerca do cinema nacional, das expectativas, suas críticas e favoritismos foi possível passar agora para a próxima etapa do trabalho, a pré-produção da animação.

## 4 PRÉ-PRODUÇÃO

Exatamente como havia se proposto, com base em todo o conteúdo apurado (pesquisa bibliográfica e de campo), passa agora a promover os atos de preparação do objeto final deste trabalho: A animação 2D.

Para tanto, como já havia mencionado inicialmente na parte da metodologia, perpassará pelas especificações e planejamento das ações, a criação do roteiro, o gerenciamento do projeto, a produção do *storyboard*, a definição de layout, design dos personagens e produção do *animatic*.

De antemão, cabe frisar que cada uma delas será promovida sempre a levar em consideração a integralidade do que foi exprimido até o momento, ou seja, as especificações, o roteiro, o *storyboard* e todas demais etapas serão criadas com base na pesquisa teórica e de campo, com a intensão de cumprir o objetivo lá estipulado e atacar os problemas lá percorridos.

### 4.1 ESPECIFICAÇÕES E PLANEJAMENTO DAS AÇÕES

Neste ponto inicial, importante destacar as especificações da animação a ser produzida:

**Temática:** Incentivo ao consumo do cinema nacional.

**Requisito:** Elaborar um curta animado que destaque a importação do cinema nacional como forma de autoafirmação cultural e a formação do sentimento de pertencimento que este pode trazer.

**Técnica de Animação:** Animação 2D digital.

**Software:** Adobe Photoshop e Adobe Premiere.

**Duração:** 1 minuto a 2 minutos.

Com base nelas, bem como em tudo que foi até o momento colhido para auxiliar na criação da animação, a incluir a pesquisa de campo promovida para buscar compreender as preferências cinematográficas do público brasileiro e por meio da qual restou elaborado o formulário mencionado no tópico anterior, que está disponível no Apêndice “A” e que teve o alcance de 195 pessoas, de distinta faixa etária e com

representantes das 5 regiões do Brasil (o que foi possível através de um engajamento orgânico com compartilhamentos em redes sociais como Instagram e WhatsApp), foi então possível guiar todo o projeto e toda as etapas seguintes (pré-produção, produção e pós-produção).

Ademais, ainda nessa etapa, com o intuito de organizar cada passo da produção deste projeto foi estipulado um cronograma semanal, definindo o início no planejamento e criação do formulário de pesquisa até a versão final deste documento e da animação 2D.

Estipuladas as especificações da animação e planejado os objetivos semanais para conclusão do projeto, passou-se então a próxima etapa.

## 4.2 ROTEIRO

Nesta etapa de pré-produção foi realizado a criação do roteiro, o qual é responsável por dar efetivo início ao projeto (plano material), assim como indica a metodologia de elaboração de animações exposta no primeiro capítulo deste trabalho acadêmico.

### 4.2.1 *Storyline*:

Inicialmente, com base em toda a pesquisa bibliográfica e de campo realizadas, a incluir a observância dos filmes de preferência dos respondentes do formulário, foram desenvolvidas algumas alternativas de *storyline* – resumo do enredo em uma frase.

Na sequência, restou definido uma dentre elas como àquela que seria efetivamente abordada na animação final e que se apresentou da seguinte maneira:

*Um rapaz cabisbaixo entra no cinema para assistir a um lançamento, porém entediado com a longa espera decide dar uma chance a um outro filme - desta vez um nacional - sem saber que este irá transformar a sua percepção de cinema brasileiro.*

Com a *storyline* definida, foi possível trabalhar a temática inicialmente escolhida e expandir o enredo, até obter sua sinopse.

#### **4.2.2 Sinopse:**

A sinopse nada mais é do que uma “descrição sintética” de algo, de uma ideia e assunto que será trabalhado, ela é objetiva e contém apenas duas ou três frases que apresentam claramente uma definição do filme/documentário/série/etc, nela “cada frase deve evocar uma ideia, com a sentença seguinte complementando a anterior, para que juntas possam sugerir uma história”. (LUCENA, 2012, 384).

Sabendo disso, promoveu-se a sinopse a seguir.

*Gabriel é um jovem de 16 anos que não vê muita graça onde vive. Em uma tarde decide ir ao cinema para ver um famoso lançamento internacional, porém cansado de aguardar na imensa fila para a sessão de cinema decide dar uma chance para um filme brasileiro, o qual não possuía procura e até então era desconhecido por ele. Sem saber, Gabriel estava prestes a mudar sua percepção de cinema e do meio em que vive.*

#### **4.2.3 Roteiro:**

Após, trabalhado a temática de forma mais detalhada, ampliando a narrativa com a inclusão de um excesso de detalhamentos, foi então promovido o roteiro final, que inclui a devida descrição de cada cena da animação, assim como o título, o qual denominou-se: Descobrimos um Outro Cinema.

O resultado desta etapa do projeto pode ser encontrado no Apêndice “B”.

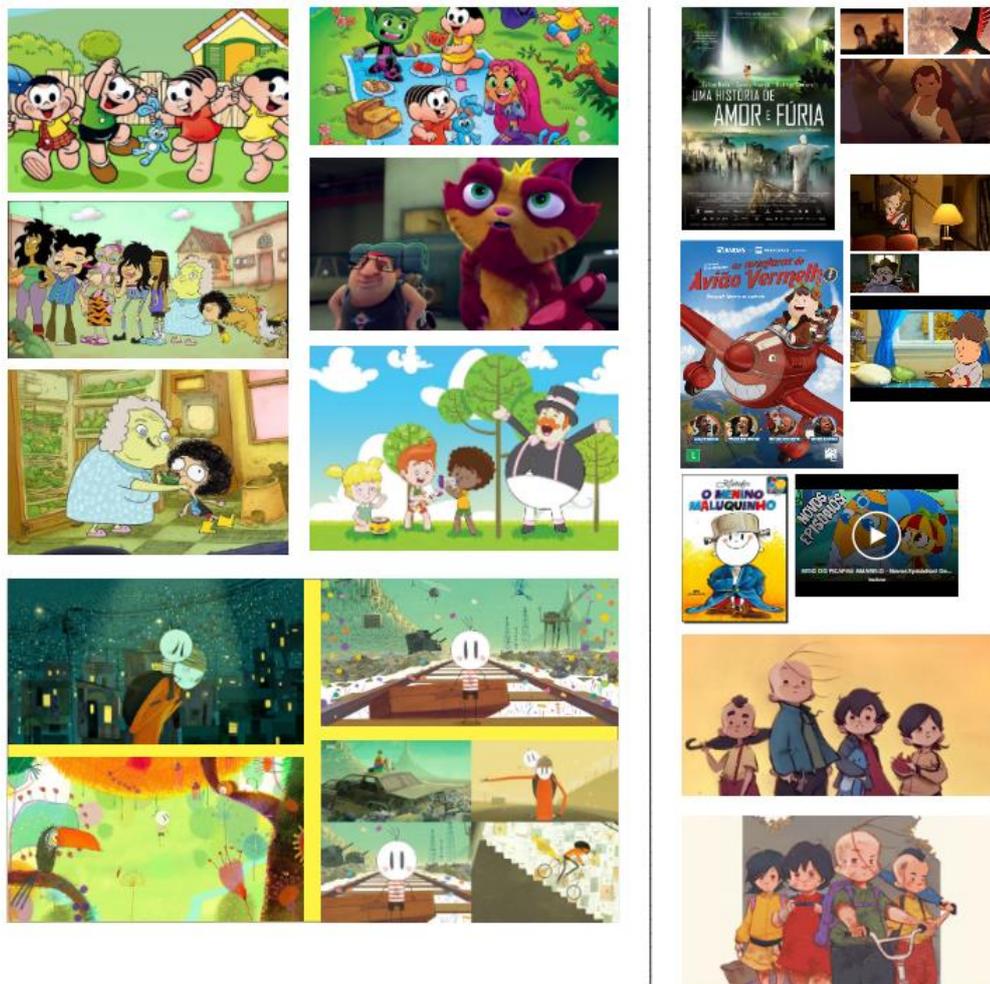
### **4.3 ESTUDO DE REFERÊNCIAS**

Com o roteiro pronto foi necessário partir para o estudo de referências, o qual daria os aspectos visuais da animação, assim como as características técnicas que a mesma necessitaria.

Intencionalmente optou-se por referências nacionais, para manter o propósito do projeto com o seu viés de valorização das artes brasileiras. Dentre as referências foram selecionados filmes animados, série de desenho animado e histórias em quadrinho já tradicionais produzidas por autores brasileiros.

Na figura 45 é possível conferir as escolhas para este painel.

Figura 45 - Painel de referências



Fonte: Autor.

Dentre estas opções/inspirações (Mônica 2ª Série, nº 49, 2019; Irmão do Jorel, 2014; Lino, 2017; Mundo Bitá, 2012; O Menino e o Mundo, 2014; Um história de amor e fúria, 2013; As Aventuras do Avião Vermelho, 2014; O Menino Maluquinho, 1995; Sítio do Picapau Amarelo, 2012; Turma da Mônica: Laços, 2012), foram definidos como as três principais os títulos a seguir, por serem as obras que expressam maior

influência na construção estética da animação a ser produzida e que se adequam de forma mais harmônica a mensagem a ser transmitida, principalmente pela simplicidade e originalidade das mesmas; quais sejam, da esquerda para a direita, o filme O Menino e o Mundo (2014), as histórias em quadrinho Turma da Mônica (2019) e Turma da Mônica: Laços (2012), todos representado em destaque na figura 46.

Figura 46 - As 3 principais referências nacionais para o projeto



Fonte: O MENINO E O MUNDO, 2014; MÔNICA 2ª SÉRIE, Nº 49, 2019;  
TURMA DA MÔNICA: LAÇOS, 2012.

Com o estudo sobre as referências já realizado passou então para a próxima etapa de pré-produção, a criação dos personagens.

#### 4.4 PERSONAGENS

A construção dos personagens foi dividida inicialmente de três modos, personagem principal, personagem secundário e figurantes.

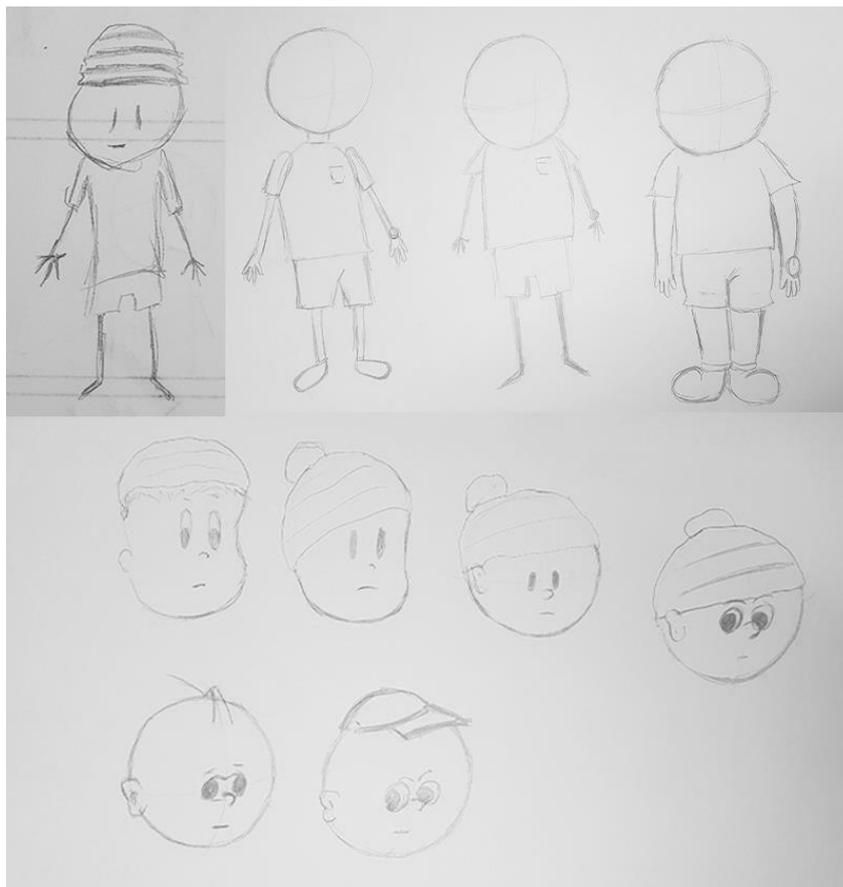
#### 4.4.1 Personagem Principal

##### 4.4.1.1 Geração de alternativas

Após buscar e compreender as referências para este projeto foi então a hora de realizar os esboços iniciais.

Primeiramente foram promovidos os desenhos em papel físico expostos Figura 47, à lápis e, posteriormente, digitalizados para que fosse possível na sequência trabalhar digitalmente sobre os mesmos no Adobe Photoshop, ferramenta principal utilizada no desenvolvimento da animação, conjuntamente com o Adobe Premiere.

Figura 47 - Esboço personagem principal

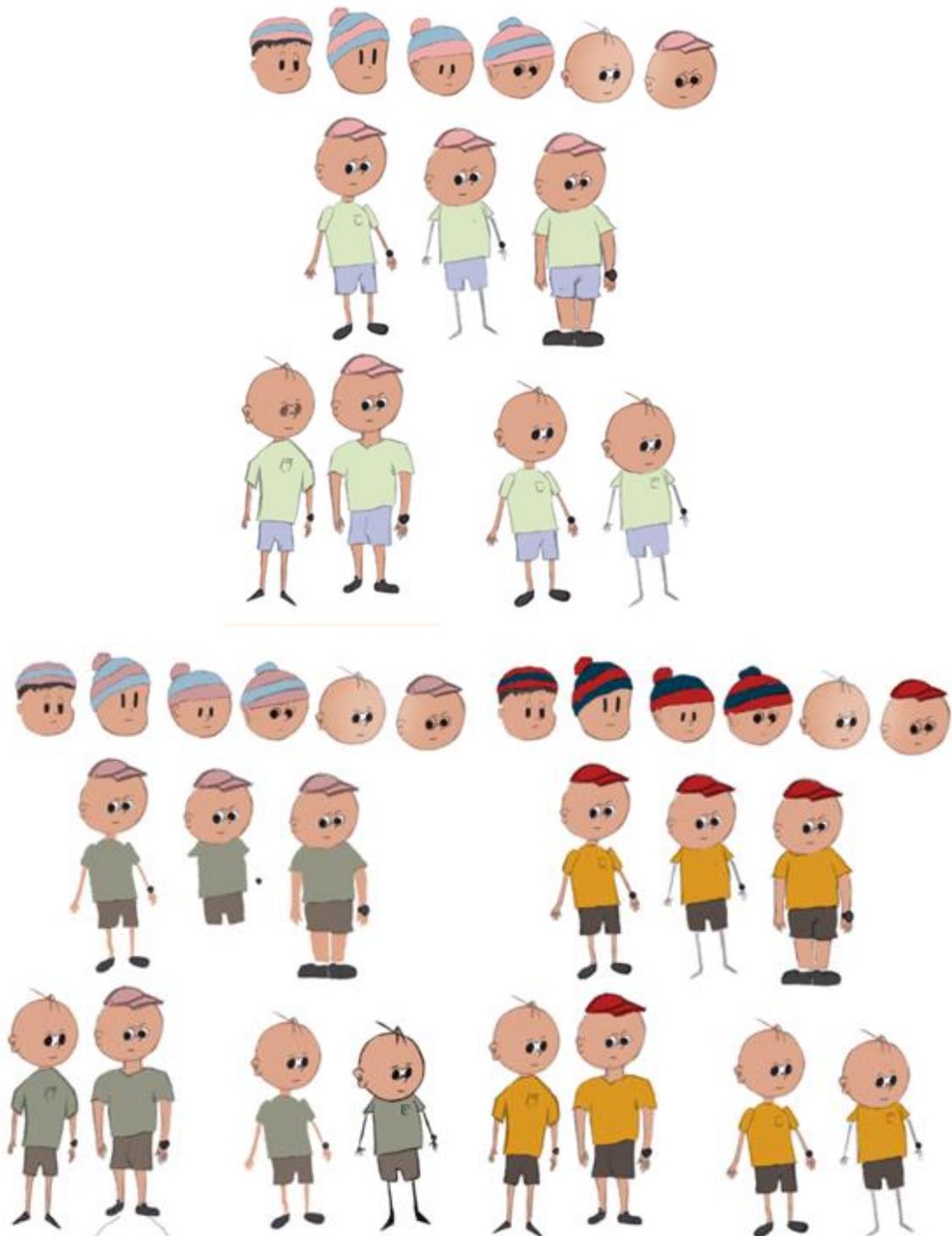


Fonte: Autor

Com os esboços já digitalizados, foram unidas as ideias de corpo e rosto antes desenhadas para chegar mais próximo de uma versão final.

Neste momento foram também realizados ajustes dentro do *software* para a geração de novas alternativas. Este processo, somado a uma colorização inicial resultou na Figura 48.

Figura 48 – Teste de cores

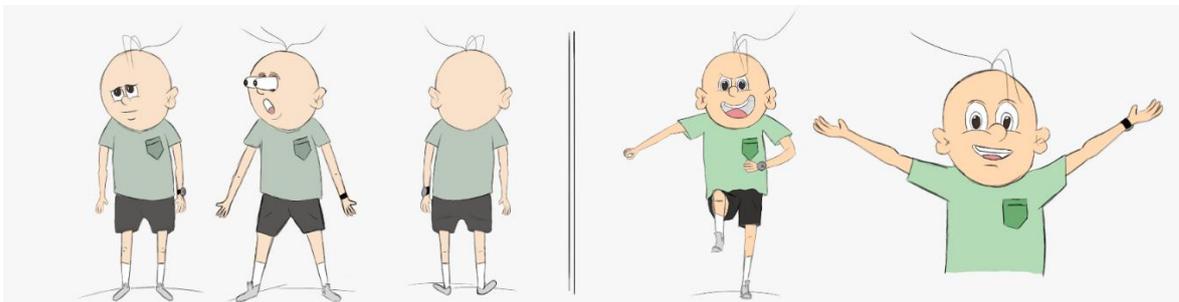


Fonte: Autor

#### 4.4.1.2 Alternativa Final:

Por fim obteve-se como a alternativa final a versão do personagem principal apresentada na Figura 49, a qual teve suas cores divididas em duas etapas como definido através do roteiro, no primeiro momento cores menos saturadas (lado esquerdo) e, no segundo momento, cores mais saturadas (lado direito).

Figura 49 - Personagem principal: Gabriel - versão final



Fonte: Autor

Para justificar o uso das cores do personagem principal foi de grande importância recorrer aos conceitos e estudos promovidos acerca das cores ainda lá no segundo capítulo deste trabalho acadêmico (fundamentação), justamente para compreender o que poderia ser dito através desta escolha.

Na importante obra estudada “A Psicologia das Cores: Afetam a Emoção e a Razão” (HELLER, 2012), pôde ser expressa a compreensão dos significados das cores e como as pessoas os interpretam, sendo possível com o auxílio deste material definir quais as cores poderiam ser utilizadas na animação para guiar o espectador da forma correta até a mensagem que detém a intenção de transmitir.

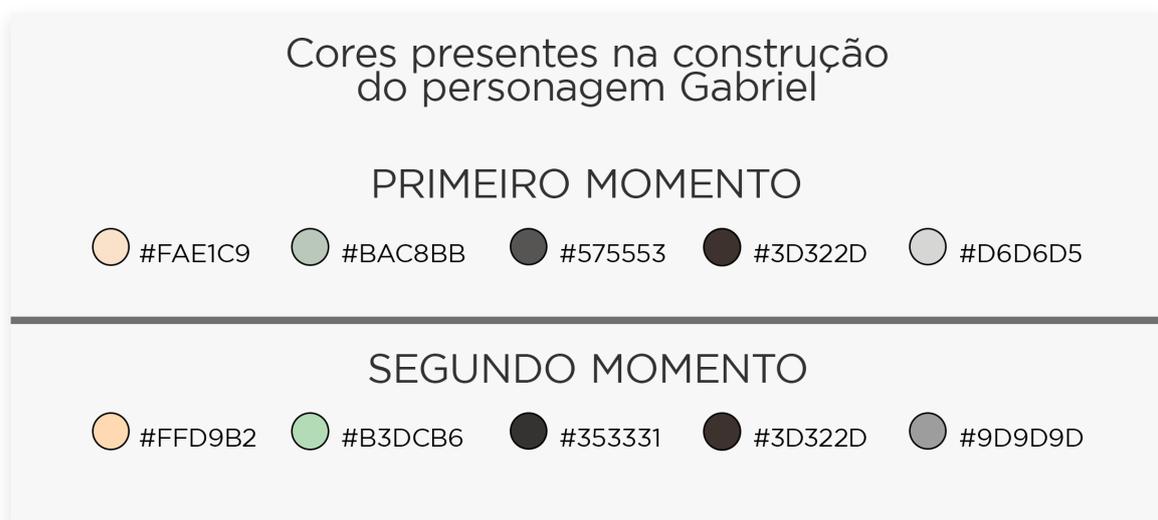
Dito isso, abordando especificamente o personagem principal da história, Gabriel, optou-se por utilizar uma camiseta de cor verde, a qual – segundo Heller - transmite principalmente a juventude, esperança e calma. Para completar o visual do personagem, foram utilizados tons de cinza em sua roupa, com o intuito de manter o menor destaque para estes pontos, uma vez que o cinza se apresenta como uma das cores neutras de menor impacto visual.

Nesse sentido, assim como definido no roteiro, também como forma de auxiliar na mensagem a ser transmitidas, optou-se por diferenciar dois momentos através das

cores, representando a mudança no personagem, que inicia a animação com trajes de cores menos saturadas, a fim de representar um ambiente sem vida, e, após o momento de transformação ocasionado pela experiência de assistir um filme brasileiro, alterando para cores mais saturadas, expondo mais vida e reforçando a esperança representada por Gabriel.

Na Figura 50 são apresentadas as especificações de cor utilizada na concepção do personagem principal.

Figura 50 - Especificação de cores utilizadas no personagem Gabriel



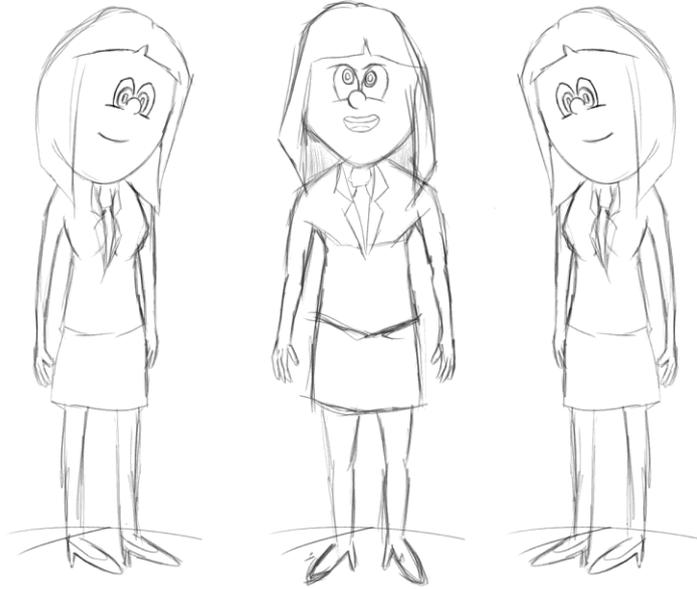
Fonte: Autor

#### 4.4.2 Personagem Secundário

A criação da personagem secundária, a atendente do cinema, foi realizada inicialmente a partir de uma pesquisa quanto a uniformes de profissionais da área, assim optando por trazer este com cores cinzas e sóbrias. Seguindo os conceitos já debatidos na fundamentação deste projeto, optou-se por formas arredondadas, com o intuito de trazer uma personagem amigável e receptiva.

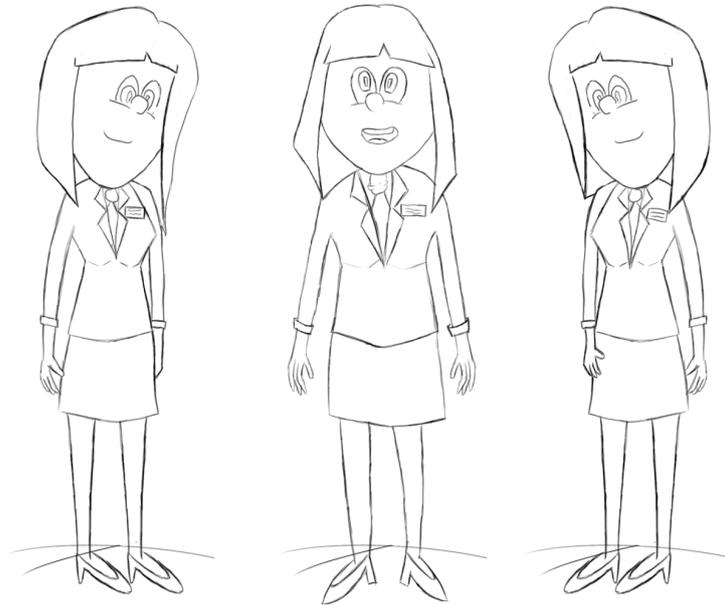
Quanto às etapas de desenho da mesma personagem, foi realizado o mesmo procedimento do personagem principal, passando pelo esboço, feito a *line art* e, por fim, a colorização, como exposto nas Figuras 51, 52 e 53.

Figura 51 - Esboço final personagem atendente do cinema



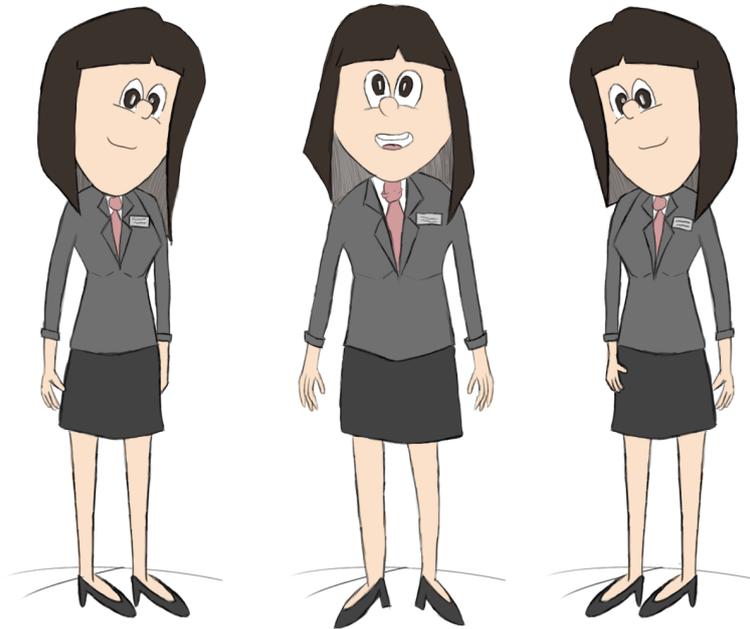
Fonte: Autor

Figura 52 - *Art Line* personagem atendente do cinema



Fonte: Autor

Figura 53 - Colorização personagem atendente do cinema



Fonte: Autor

#### 4.4.3 Figurantes

Para a criação e desenvolvimento dos figurantes optou-se por seguir os mesmos traços dos dois anteriores, replicando-os com pequenas diferenças, a fim de criar variações quanto a idade, gênero e estilo.

Após desenhar um grupo destes personagens, duplicou-se os mesmos por algumas vezes até completar a fila do cinema em que eles estavam presentes. Este procedimento de copiar e replicar restou utilizado também no processo de colorização, apenas com alteração da matiz do grupo para criar uma variação cromática.

Ainda quanto aos figurantes, na sequência, foi aplicado um filtro de desfoque de lente na imagem para que o destaque estivesse centrado apenas na ampla quantidade de pessoas presentes na fila e não necessariamente nas características de cada indivíduo ali presente, como demonstrado na figura 54.

Figura 54 – Processo de criação dos figurantes



Fonte: Autor

#### 4.5 CENÁRIOS

Em paralelo a criação dos personagens buscou-se desenvolver os cenários da animação, uma vez que um tende a influenciar diretamente no outro. Para isto foi promovido uma outra pesquisa por referências (desta vez especificadamente para a criação do cenário, já que a primeira se referia a estética geral da animação), geração de alternativas e processo de finalização digital.

#### 4.5.1 Referências:

Por se tratar de uma animação que se passa, em grande parte, dentro de um cinema, compôs parte das preocupações da criação deste projeto promover a representação dos cinemas comuns a boa parte da população. Algo que por vezes não é presente em todas as cidades brasileiras, claro, mas que comumente constituem os cenários das grandes concentrações urbanas.

Para alcançar então tal representatividade deste ambiente, a pesquisa buscou por referências das salas de cinema das grandes companhias (Arcoplex, Cinemark, Cinépolis, Cinesystem, entre outros), com a necessária consciência de que o cinema infelizmente não é acessível para todas as pessoas, principalmente devido as questões financeiras.

Iniciou-se do mais básico, o interior das salas de cinema, dos quais foi desenvolvido um painel visual para esta etapa de projeto, painel este exposto na Figura 55.

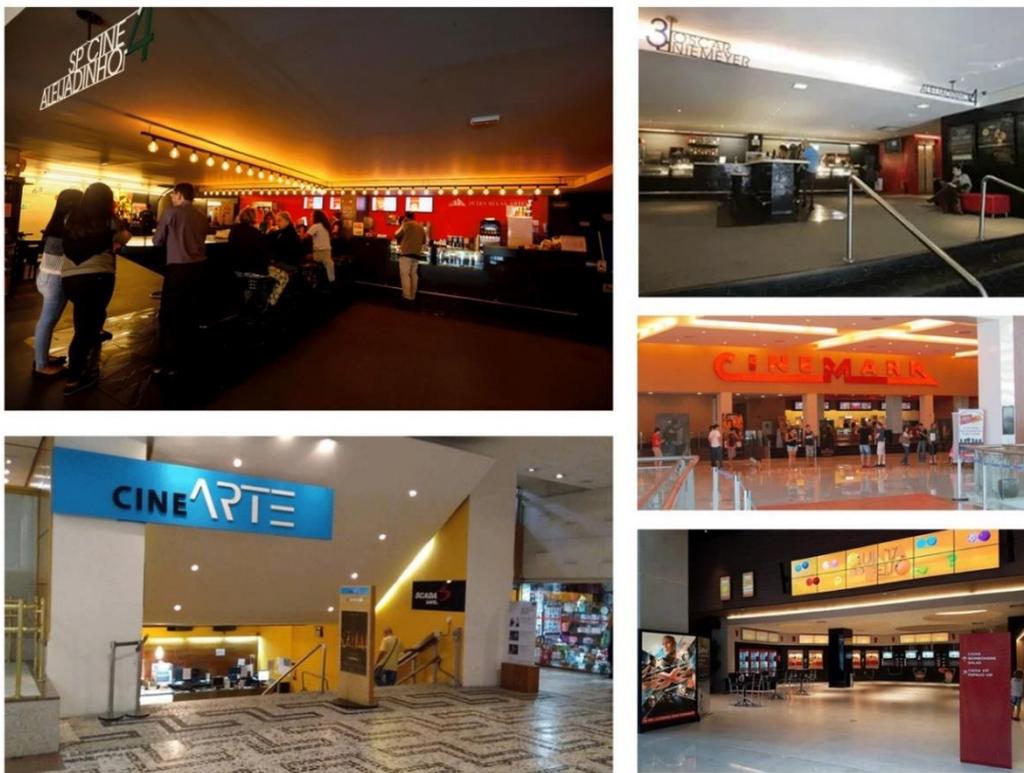
Figura 55 - Referências de salas de cinema



Fonte: Autor

O mesmo conceito foi utilizado para o ambiente externo dos cinemas, novamente desenvolvendo um painel com imagens de referências para que tudo isto possa se tornar visual e facilitar na criação de imagens mais fiéis. Painel apresentado na Figura 56.

Figura 56 - Referência do interior de cinemas brasileiros



Fonte: Autor

Por fim, realizou-se o desenvolvimento do painel que guiou a construção da faixa da do cinema, assim como da rua em que o personagem Gabriel percorreu para chegar até o cinema e que posteriormente saiu deste reconhecendo referências dos principais filmes brasileiros.

Figura 57 - Referência faixadas de cinema

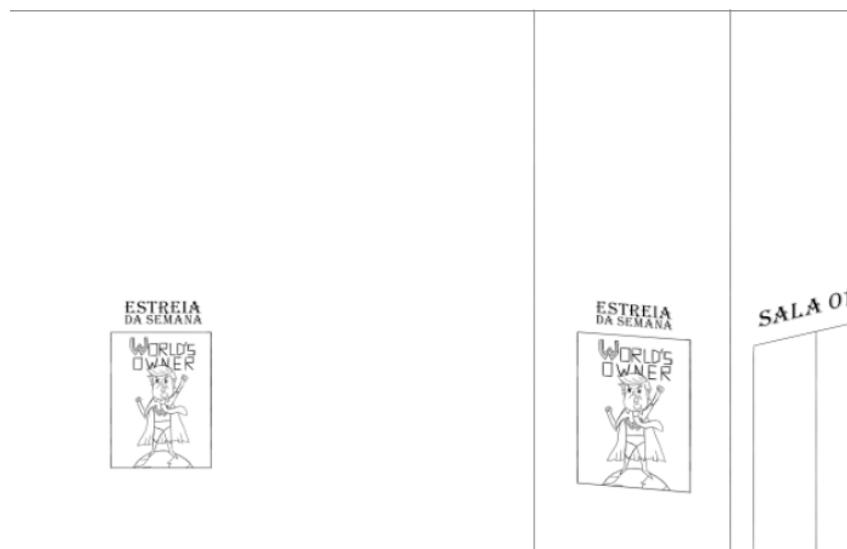


Fonte: Autor

#### 4.5.2 Esboços:

Após o desenvolvimento e estudo de cada painel de referências foi inicializado o processo de criação dos cenários, desenhados dentro do *software* Adobe Photoshop, como resta representado nas Figura 57, 58, 59 e 60.

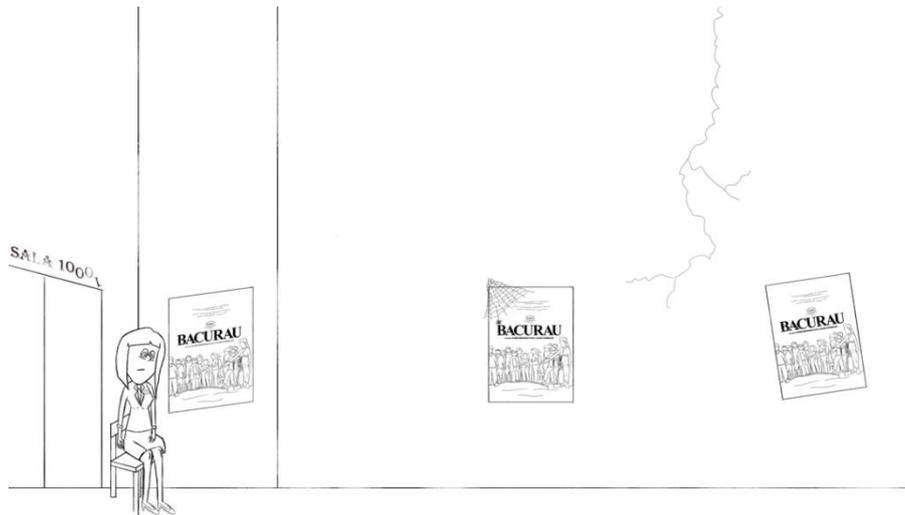
A Figura 58 expõe o processo de *line art* do cenário 2, ou seja o desenho já com suas linhas limpas e pronto para a sua etapa seguinte, a de colorização.

Figura 58 – *Line art* do cenário 2

Fonte: Autor

Já a Figura 59 apresenta o cenário 3 na mesma etapa de produção, porém aqui já com a personagem presente nesta parte do roteiro no quadro.

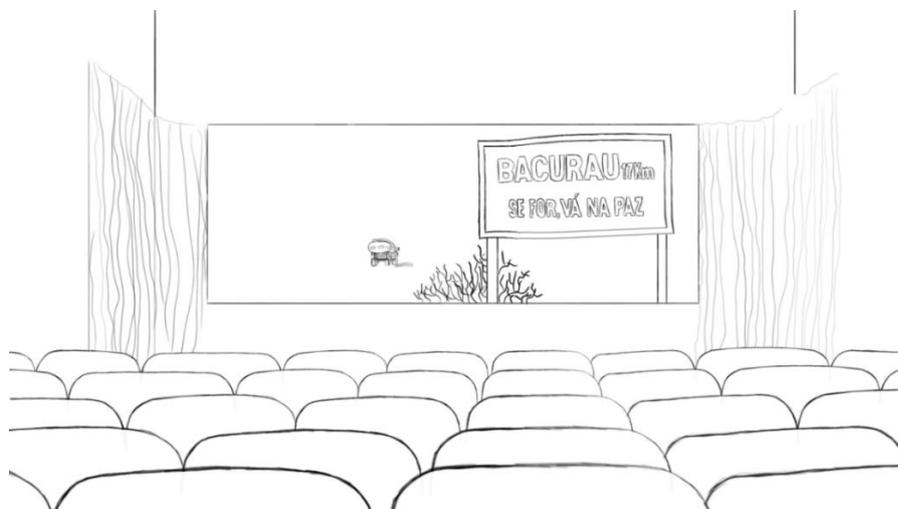
Figura 59 – *Line art* do cenário 3



Fonte: Autor

O cenário 4, exposto na Figura 60, foi realizado em duas etapas, primeiro desenhado o que estaria exposto na tela de cinema, e separadamente produzido o *layout* do cenário, focando em trazer a sensação de profundidade e imersão da sala de cinema. Posteriormente foi somado as duas imagens em apenas um quadro.

Figura 60 – *Line art* do cenário 4



Fonte: Autor

Por fim, representado na Figura 61, foi realizado o esboço e *Line art* do cenários presente no início e fim da animação.

Figura 61 – *Line art* do cenário 1 e 5

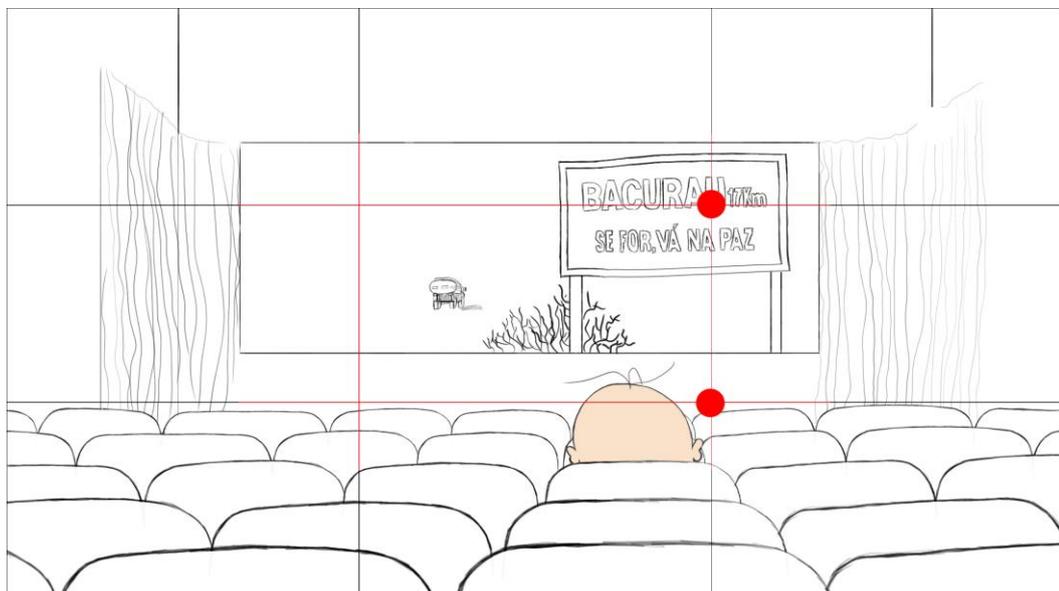


Fonte: Autor

Durante a criação dos cenários esteve presente o foco em características técnicas presentes no Design, no cinema e na fotografia. Buscou-se adicionar características que facilitassem manipular a visão do espectador, direcionando este para determinados pontos da animação que favorecessem a compreensão da mensagem construída no roteiro.

Na Figura 62 é destacado a presença da regra dos 3 terços, em que o conteúdo principal do quadro está disposto na intersecção das linhas que o dividem em 3 partes horizontal e verticalmente iguais.

Figura 62 - Aplicação da regra dos três terços no cenário 04



Fonte: Autor

#### 4.5.3 Colorização:

Na sequência, após a criação dos cenários em si, chegou o momento de iniciar o processo de colorização e trazer os sentimentos que cada ambiente necessita transmitir, ou seja, o momento de efetivamente dar vida a animação.

Os corredores vermelhos de baixa saturação, presentes nos cenários 2 e 3, foram selecionados para manter a essência do cinema e, ao mesmo tempo, para representar um ambiente que não necessariamente é triste, mas apagado e sem vida, na intenção de retratar um mundo ainda sem a experiência vivenciada por Gabriel, de assistir a uma produção nacional.

Figura 63 - Cenário 2 após a colorização



Fonte: Autor

Nos cenários com iluminação, assim como os presentes na Figuras 63 e 64 foi realizado a exportação destes elementos separados para posteriormente ser realizado a aplicação destes efeitos separadamente.

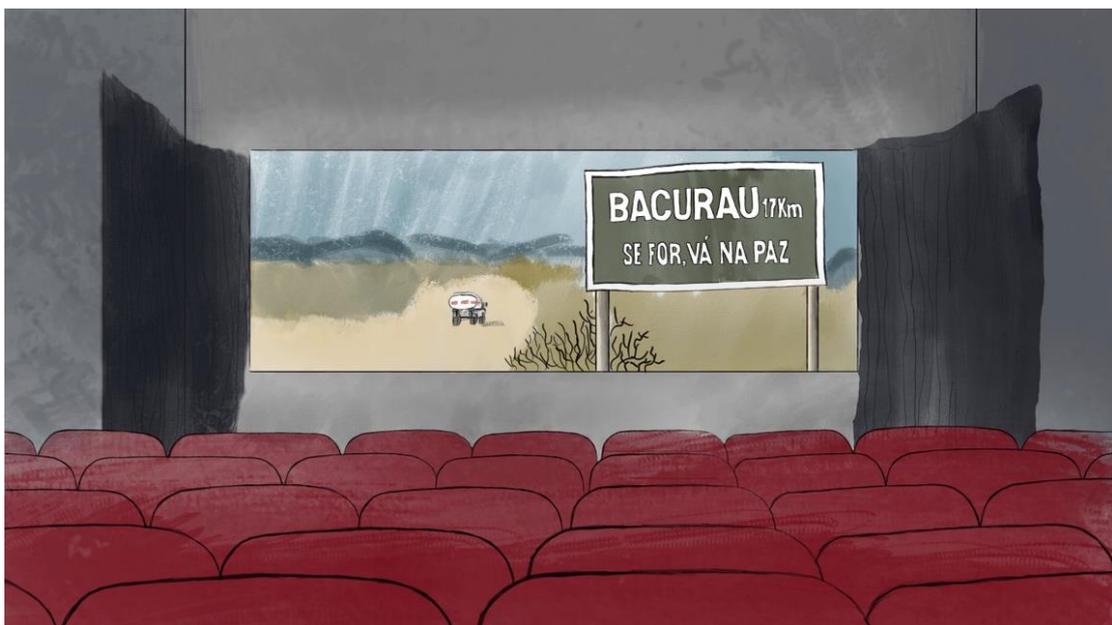
Figura 64 - Cenário 3 após a colorização



Fonte: Autor

Já no cenário 4, exposto na Figura 65 optou-se por manter o vermelho, mas com o tom mais saturado, para apresentar a paixão envolvida e a intensidade nos sentimentos que o filme nacional estaria trazendo ao personagem Gabriel.

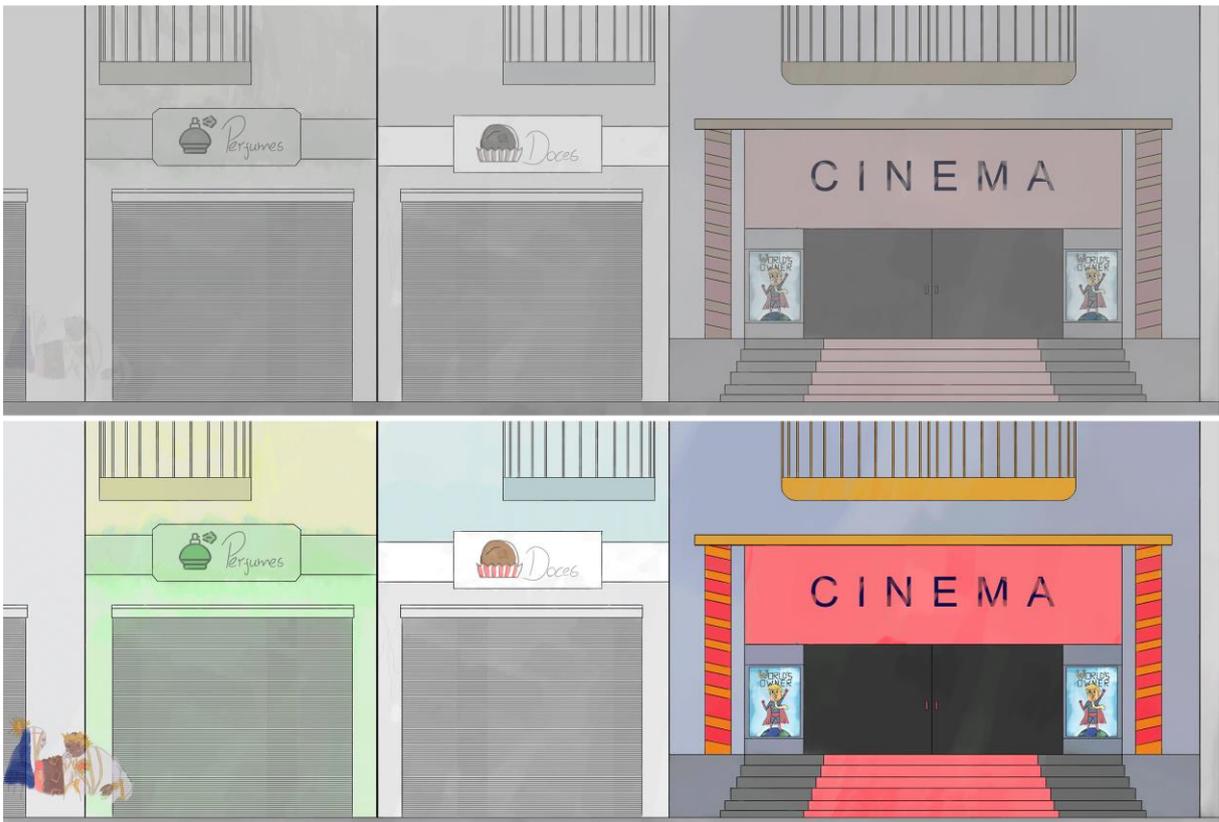
Figura 65 - Cenário 4 após a colorização



Fonte: Autor

A figura 66 demonstra os cenários 1 e 5 após a etapa de colorização. Neles optou-se por seguir as cores das imagens do painel de referência, porém como proposto no roteiro o cenário teve dois momentos na etapa da colorização, o primeiro com menor saturação e o segundo com maior saturação.

Figura 66 - Cenários 1 e 5 após a colorização



Fonte: Autor

#### 4.5.4 Cartazes:

Para distinguir o ponto de virada da animação foi necessário trazer cartazes que referenciasse obras estrangeiras e nacionais. Para isto optou-se por desenvolver um cartaz fictício de um filme estadunidense, também fictício.

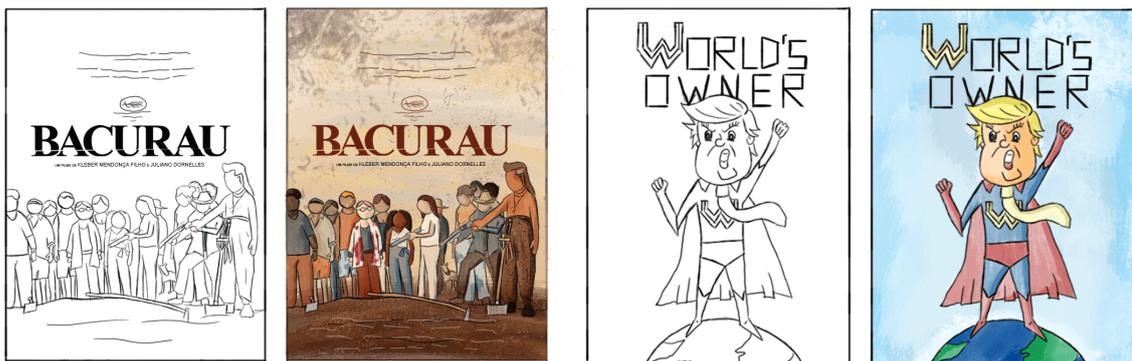
Por sua vez, com o cinema nacional optou-se por uma vertente diferente, utilizando então uma releitura feita pelo autor do cartaz de Bacurau, filme de Kleber Mendonça Filho e Juliano Dornelles datado do ano de 2019. Este filme foi escolhido por toda a frente de representação da cultura brasileira que os diretores buscaram

abordar, temática também já comum na carreira de Kleber Mendonça e Juliano Dornelles.

Quanto ao cartaz de filme que representa o cinema estadunidense, optou-se por utilizar a imagem de Donald Trump<sup>9</sup> somada a temática dos filmes de super herói norte-americanos, já que estes se apresentam em alta nas últimas décadas, facilmente interpretados como os maiores *blockbuster* e detentores das maiores bilheterias.

Os resultados apresentados na figura 66, expõem como já feito anteriormente, o processo de desenho em si do cartaz, já com suas linhas limpas e ao lado a imagem colorida. Procedimento realizado também dentro do *software* Adobe Photoshop.

Figura 67 - *Line art* e colorização dos cartazes utilizados na animação.



Fonte: Autor

#### 4.6 PRODUÇÃO DO *STORYBOARD*

Para poder visualizar e materializar as ideias propostas no *storyline* e no roteiro foi feito de modo manual o desenho dos quadros-chave que contam a história desta animação.

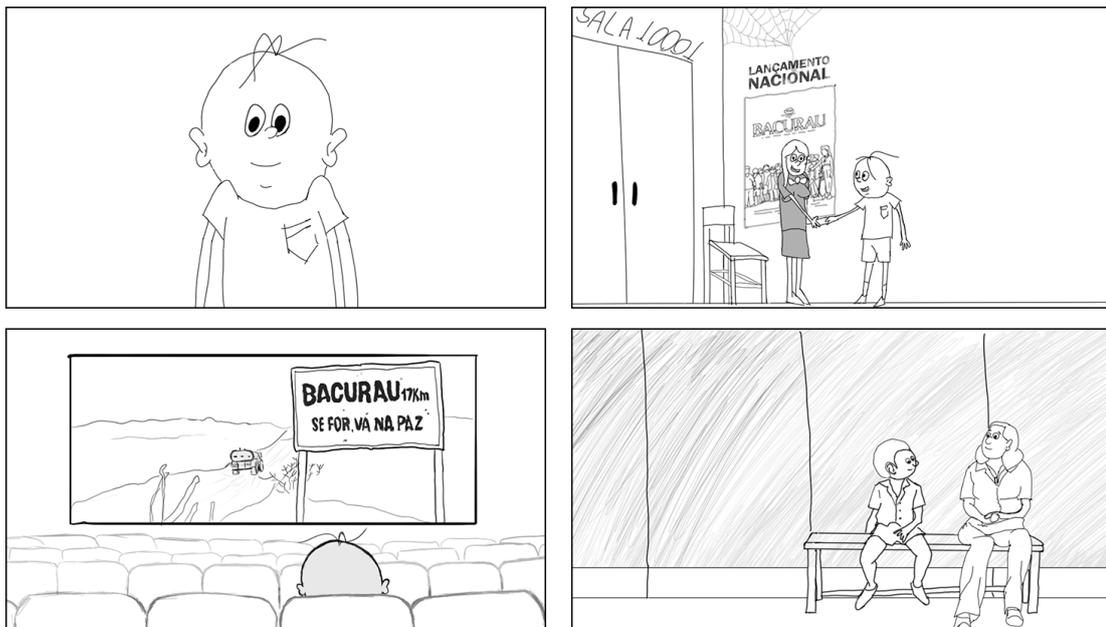
A partir destes foi possível realizar pequenos ajustes na ordem e mensagem a ser transmitida, aperfeiçoando a compreensão da mensagem proposta.

---

<sup>9</sup> Presidente estadunidense até a realização deste projeto

Na Figura 68 estão representados alguns dos quadros responsáveis por guiar a criação de algumas cenas presentes na animação.

Figura 68 – Exemplos de quadros-chave presente no *storyboard*



Fonte: Autor

O *storyboard* completo está presente no Apêndice “C” deste trabalho.

#### 4.7 ANIMATIC E SONORIZAÇÃO

O *animatic* se apresenta como uma potente ferramenta para a criação da animação. De acordo com a metodologia abordada inicialmente neste trabalho, é este item em si que dita o fim da etapa de pré-produção, preparando o animador para a etapa de produção.

Nesta ferramenta os quadros-chave são postos de modo sequencial e com a duração específica para que seja possível testar a fluidez em que a história está sendo contada. É possível também adicionar os efeitos sonoros e trilhas que estarão presentes no resultado da animação, já com a definição da sua devida duração e as marcações que o animador julgar necessário. Em determinadas animações é adicionado também as falas já dubladas, o que não foi necessário neste caso tendo em vista que se optou por contar a história sem a presença de falas.



Esta etapa foi crucial para compreender os *times* da animação. A função do *animatic* é exatamente esta, servir como um esboço por meio do qual será possível verificar imperfeições e possíveis melhorias a serem promovidas na produção da animação final, justamente porque por meio dela é possível observar a coesão do roteiro e do *storyboard*.

Dessa forma, ao rodar o *animatic* foi necessário promover alguns ajustes, modificando a duração de algumas cenas para melhor compreensão da mensagem a ser transmitida, assim como duas cenas necessitaram ser reposicionadas, diferentemente de como havia sido projetado no início do roteiro.

Com isso, finalizado o *animatic* foi possível partir para a etapa da produção, ou seja, para a confecção da animação em si, o que será devidamente abordado no capítulo seguinte.

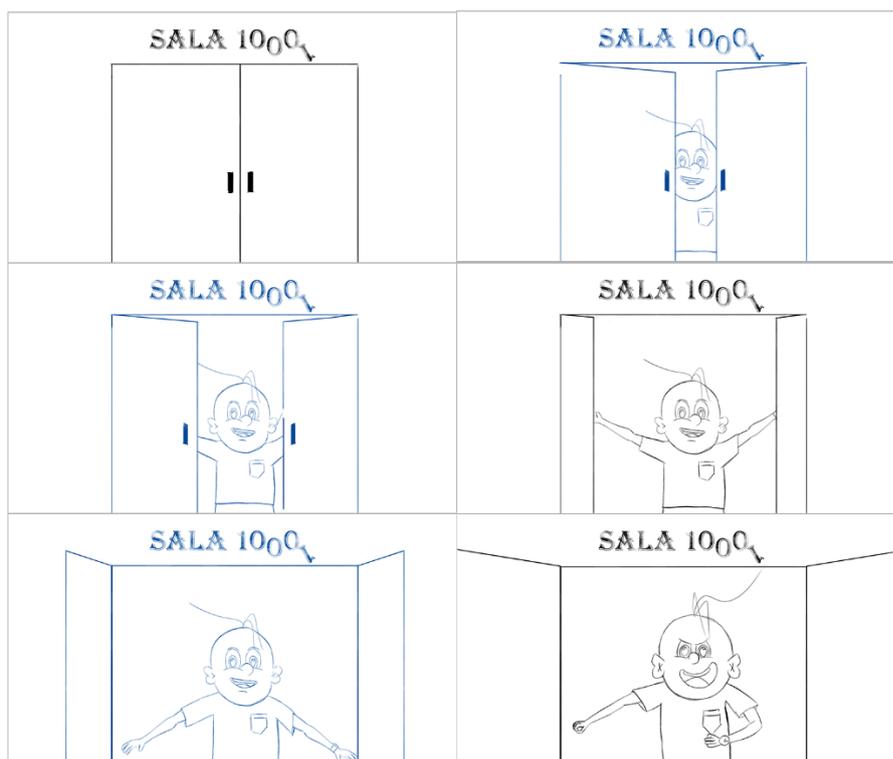
## 5 PRODUÇÃO

Com base nos *keyframes* estipulados pelo *animatic* redesenhou-se os quadros principais e, a partir deles, criou-se os quadros dispostos ao meio dos *keyframes*, denominados *inbetweens*.

Este processo é realizado com o intuito de tornar os movimentos mais suaves e assim conferir maior fluidez a animação.

Na Figura 71 os quadros com traçado preto representam os *keyframes* redesenhados e os quadros com traçado azul representam os *inbetweens*.

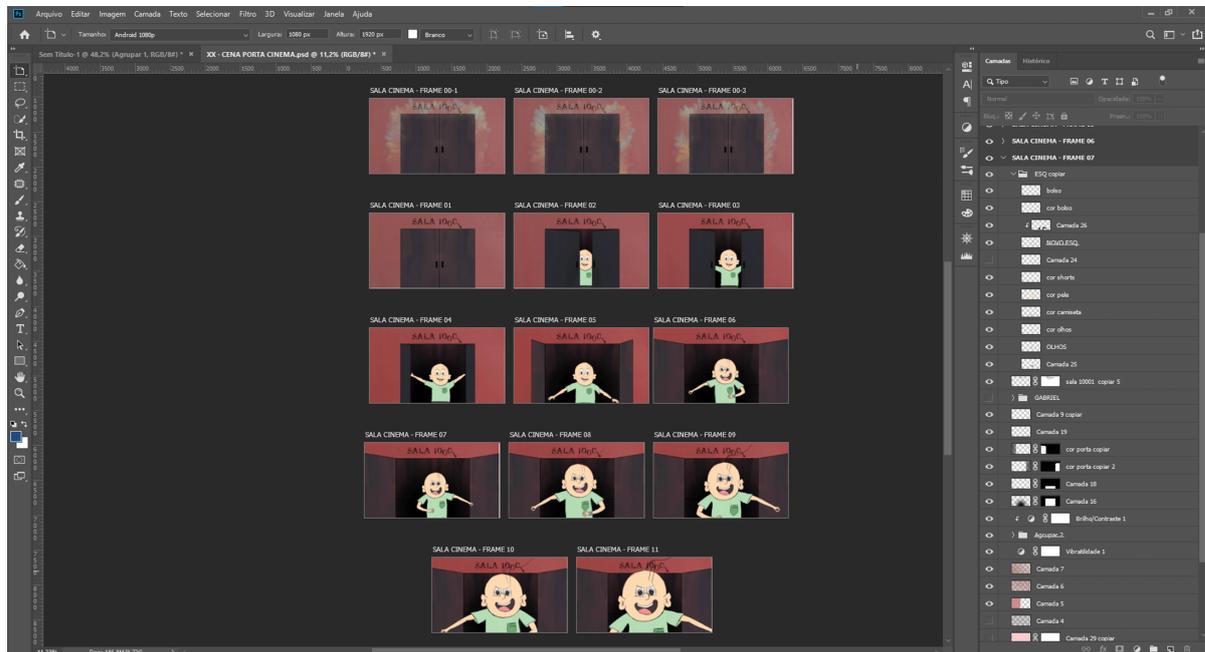
Figura 71 - Em preto os *keyframes* da animação e em azul os *inbetweens*



Fonte: Autor

Seguindo a mesma dinâmica de iniciar com os quadros-chave foi realizado a colorização e com isso copiada a camada no *software* Adobe Photoshop e ajustadas as cores para os *inbetweens*, processo demonstrado na Figura 72.

Figura 72 - Colorização dos quadros no *software* Adobe Photoshop



Fonte: Autor

Após a realização deste processo, quadro a quadro, em todo o projeto, quadro a quadro, foi então necessário exportar as imagens separadamente e guiar até o *software* de edição de vídeo para somar a trilha sonora e efeitos de áudio na etapa de pós-produção.

Durante o processo de animação foram aplicados os princípios de animação já debatidos na fundamentação deste projeto. A título de exemplo, segue a figura 73, na qual o personagem ao entrar em determinado quadro tem suas formas anatomicamente distorcidas, com a intenção de chamar a atenção do público de modo cômico para esta ação. Princípio este denominado “Comprimir e Esticar”.

Figura 73 - Aplicação do princípio Comprimir e Esticar



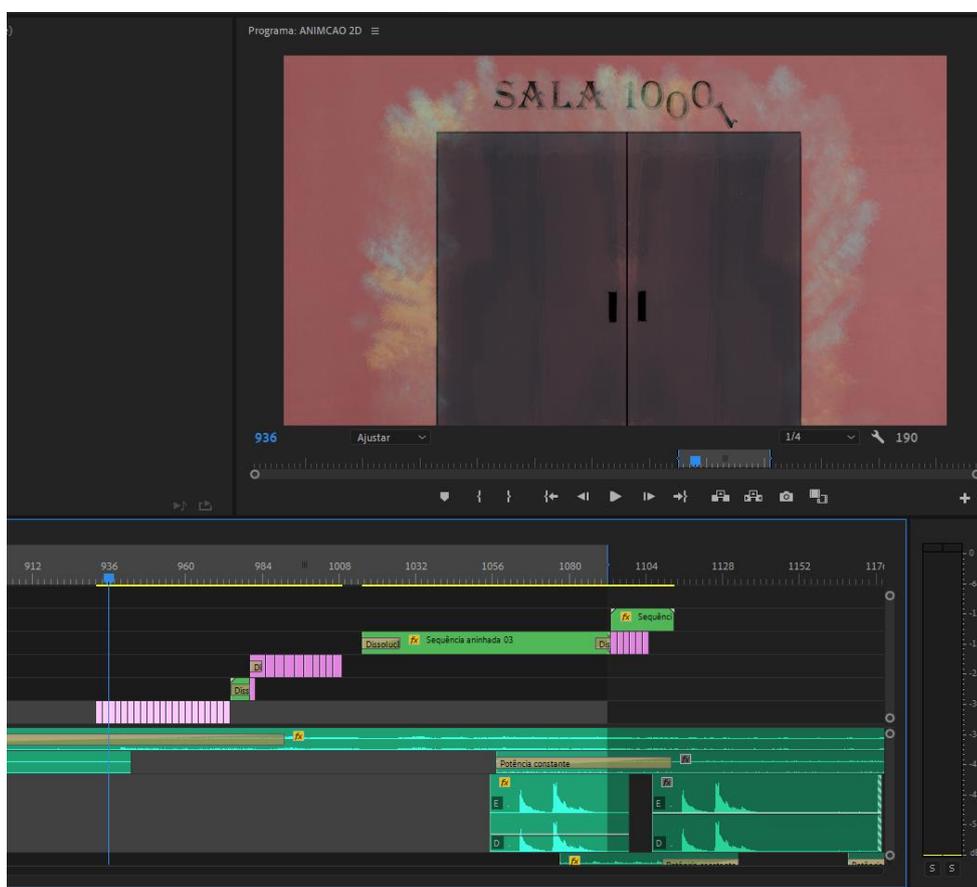
Fonte: Autor

Por fim, é importante ressaltar que para a construção de qualquer animação o ideal é mesclar a utilização destes princípios para alcançar o melhor resultado possível, procedimento este realizado durante o presente projeto.

## 6 PÓS-PRODUÇÃO

Com os quadros já separados e o áudio já editado na etapa de sonorização realizou-se o processo de modo bem semelhante ao *animatic*, porém neste momento foi sincronizado as os *frames* com o áudio no software Adobe Premiere, o qual é possível encontrar uma captura de tela na Figura 74.

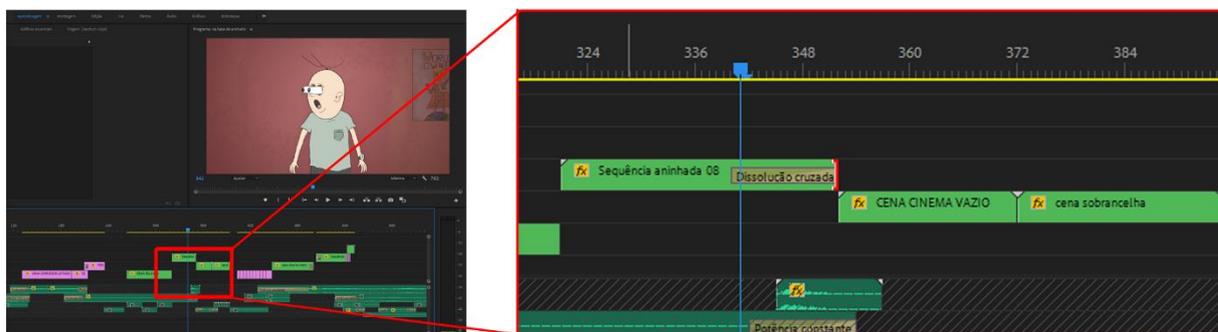
Figura 74 - Quadros adicionados a *timeline* de edição e sincronizado ao áudio



Fonte: Autor

Na etapa representa pela Figura 75, foram aplicados efeitos de *zoom*, *fade in*, *fade out*. Para tal foi agrupado os quadros de cada cena em que seria necessário passar por este processo e então adicionou-se o efeito.

Figura 75 - Quadros agrupados em cenas para adicionar os efeitos



Fonte: Autor

Por fim, adicionou-se os créditos finais e a cena de abertura, assim concluindo o projeto.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Da sua concepção até as etapas finais este projeto teve como intuito ressaltar a importância do cinema nacional como meio de reforçar e difundir a cultura brasileira, não só para o exterior, mas principalmente para o povo brasileiro.

É importante ressaltar que o interesse do projeto foi justamente o de buscar incentivar o consumo das produções brasileiras, ainda que em pequena escala, de tal modo a se demonstrar que podem ser tão interessantes quanto as produções estrangeiras, porque possibilitam que o público venha a enxergar uma imagem semelhante à sua com mais frequência nas grandes telas. E certamente, assim favorecer a indústria cinematográfica brasileira com maior número de bilheteria e adeptos ao cinema nacional. Porém em momento algum fez parte da intenção deste projeto criar um movimento que se opõe aos filmes produzidos por outras nacionalidades. Acredita-se que há espaço para todas as produções, porém é cultural, social e economicamente importante para o país que os números da produção cinematográfica brasileira cresçam cada vez mais.

Para alcançar o resultado esperado para o projeto foi necessário unir a metodologia de pesquisa de Prodanov e a metodologia projetual de Design de Bugay com a base de pesquisa realizada acerca de temas como a relação entre o design e cultura, o cinema como forma de resistência cultural, as barreiras encontradas no cinema nacional, a contribuição do designer na produção de uma animação, a importância dos elementos visuais e os princípios da animação.

Deste modo, foi possível iniciar a animação proposta nos objetivos do projeto com amplo embasamento teórico e procedimentos metodológicos que auxiliaram em todas as etapas realizadas, principalmente a etapa de pré-produção, momento em que haviam muitos procedimentos a realizar, mas que organizados metodologicamente tornaram clara e objetiva a aplicação das ferramentas.

A respeito do objetivo deste trabalho, que era desenvolver um curta animado para demonstrar a importância do cinema nacional, julga-se concluído uma vez que alcançado o resultado esperado ao abordar tecnicamente os assuntos referentes ao cinema, cultura, design e animação, bem como promoveu-se o desenvolvimento da

animação, assim como a elaboração do seu roteiro, *storyboard*, *animatic* e todas as etapas necessárias para alcançar o objetivo com êxito.

Em relação ao desenvolvimento pessoal obtido através deste projeto, é possível destacar uma ampliação de conhecimento acerca da cultura brasileira, das barreiras do cinema nacional, dos motivos que distanciam as pessoas do cinema brasileiro através de pesquisa direta ao público, das técnicas de animação e a aplicação do design na produção de um curta animado. Por conta disso houve um crescimento não apenas pessoal, mas também profissional, considerando que o design de animação tem adquirido maior espaço e importância no mercado de trabalho. Ainda referente ao design como área de atuação e estudo, a realização deste projeto buscou demonstrar para a comunidade a importância do Design como instrumento de informação com impacto social e cultural.

Por fim, a produção do curta animado e todos os estudos desenvolvidos para alcançar o resultado aqui apresentado proporcionaram para a comunidade, aqui compreendida toda a população brasileira, a possibilidade de ver imagens semelhantes a sua nas telas de cinema e ampliar a sua visão em relação a importância do cinema nacional como patrimônio cultura e ferramenta de preservação e propagação das raízes brasileiras. Observa-se ainda que este projeto apenas inicia o que pode ser uma ampla campanha de valorização ao cinema nacional e a cultura brasileira, ou seja, não esgota a matéria, mas amplia os horizontes para aquele tenha contato com este trabalho, possa então se sentir instigado a potencializar esta mensagem.

## REFERÊNCIAS

AGUINAGA, K.F.S. A Proteção do Patrimônio Cultural Imaterial e os Conhecimentos Tradicionais. In: **Congresso Nacional Do Conselho Nacional De Pesquisa E Pós-Graduação Em Direito**. Manaus: 2006, p. 4.

ALVES, Marcia Maria; BATTAIOLA, André Luiz. Design Centrado no Usuário e concepções pedagógicas como guia para o desenvolvimento da animação educacional. **InfoDesign-Revista Brasileira de Design da Informação**, 2014, 11.1: 21-35.

ALICE no país das maravilhas. Direção: Clyde Geronimi; Wilfred Jackson; Hamilton Luske. Produção: Walt Disney, 1951. (75 min) color.

AUTRAN, Arthur. O cinema brasileiro contemporâneo diante do público e do mercado exibidor. **Significação: Revista de Cultura Audiovisual**, v. 36, n. 32, p. 119-135, 2009.

BARBOSA, Márcio C. Educando com design de animação: uma metodologia de ensino e aprendizagem. São Paulo: **InfoDesign**, v.9, n.1, 2012, p. 21 – 33.

BARONE, João Guilherme. Exibição, crise de público e outras questões do cinema brasileiro. **Sessões do Imaginário**, v. 13, n. 20, 2008.

BARROS, A. J. P. de; LEHFELD, N. A. de. **Projeto de pesquisa: propostas metodológicas**. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

BEANE, Andy. **3D animation essentials**. Indianapolis, Ind.: Wiley, 2012.

BLOCK, B. **The Visual Story: Seeing the Structure of Film, TV and New Media**. Focal Press, Burlington, 2001.

BOMFIM, Gustavo Amarante. **Formas do design**. Rio de Janeiro: 2AB, 1999, p. 150.

BONSIEPE, Gui. **Design, cultura e sociedade**. 2. edição. São Paulo: Blucher, 2019.

BORGES, Ítalo Nelli. A Importância dos Conflitos entre Espaços Sociais para a Proposta de Cinema Nacional de Glauber Rocha. **XXVIII Simpósio Nacional de História**, Florianópolis, 2015. Disponível em: [https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1548945023\\_0f53da724bd7e5c1a4c0dd16b75822d2.pdf](https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1548945023_0f53da724bd7e5c1a4c0dd16b75822d2.pdf). Acesso em: 25 mai. 2020.

BUGAY, Nataska. **Os Gatunos**. Santa Catarina: Departamento de Expressão Gráfica, 2004.

BÜRDEK, Bernhard E. **Design: História, Teoria e Prática do Design de Produtos**. São Paulo: Blucher, 2010.

BUZATO apud BARBOSA, Márcio C. **Educando com design de animação: uma metodologia de ensino e aprendizagem**. São Paulo: InfoDesign, v.9, n.1, 2012, p. 21 – 33.

CANCLINI, Néstor García. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2013.

CHAVEZ, André Fagundes. **Conscientização sobre a Doença de Alzheimer através do Motion Graphics**. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2016. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/148294>>. Acesso em: 22 Jun. 2020.

CRUZ, Paula Ribeiro da. **Do desenho Animado à Computação Gráfica: A estética da animação à luz das novas tecnologias**. 2006.

DE SOUZA, André Pottes. **Animação Multimídia de Instrução (AMI) visualizada em Dispositivo de Interação Móvel (DIM): Um estudo exploratório acerca da influência de flexibilidade de interação sobre a visualização da informação e a realização da tarefa**. Dissertação (Pós-Graduação em Design) – Universidade Federal do Paraná, 2012.

DEMO, P. **Metodologia do conhecimento científico**. São Paulo: Atlas, 2000.

DEUS e o Diabo na Terra do Sol. Direção: Glauber Rocha. Produção: Glauber Rocha, Luiz Augusto Mendes, Luiz Paulino dos Santos. Roteiro: Glauber Rocha, Walter Lima Jr., Paulo Gil Soares, 1964. (120min), son., pb.

DIAS, Rui Luís Correia. **Sistema de animação de personagens virtuais para comunicação não verbal**. 105 f. Dissertação (Mestrado Engenharia Informática) - Instituto Superior de Engenharia do Porto, 2010.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora Ltda., 2007.

DUNCOMBE, Stephen. **Cultural Resistance Reader**. London; New York: Verso, 2002.

ESCHER, Maurits Cornelis. **Relativity**, 1953.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de Metodologia: Noções básicas em pesquisa científica**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

FONTOURA, A. M. **EdaDe**: a educação de crianças e jovens através do design. Tese de Doutorado. Florianópolis: UFSC. 2002.

GEERTZ, Clifford. **A transição para a humanidade**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1996.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIMENEZ, Fernando Antônio Prado; ROCHA, Daniela Torres da; SANTOS, Fabiano Luiz Xavier dos. Vinte anos de retomada: dinâmica da concentração da produção e distribuição do filme brasileiro no mercado nacional. **Revista Eptic**, vol. 17, n. 3, set.dez. 2015. ISSN 1518-2487. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/4311>. Acesso em: 29 mai. 2020.

GLEBAS, Francis. **Directing the story**: professional storytelling and storyboarding techniques for live action and animation. USA: Elsevier, 2009, p. 176.

GOIDANICH, Maria Elisabeth. Mídia, **Cidadania e Consumo**: Estamos Formando Consumidores ou Cidadãos?. In: A Formação na Sociedade do Espetáculo. BELLONI, Maria Luiza (Org.) São Paulo: Edições Loyola, 2002.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do Objeto: Sistema de Leitura Visual da Forma**. 9 ed. São Paulo: Escrituras Editora, 2009.

GOMES, Jochen Mass Xavier. **O cinema como consumo cultural: um estudo sociológico sobre gostos e preferências da cultura cinematográfica junto ao público universitário de Mossoró – RN**. Unicamp, Campinas – SP, XI – Congresso Brasileiro de Sociologia: Sociólogos do futuro, 2003, p. 6.

GUIMARÃES, Samuel Pinheiro. **Desafios brasileiros na era dos gigantes**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2006.

KALHO, Frida. **Autorretrato com flores**, 1938. Disponível em: <https://artsandculture.google.com/asset/autorretrato-com-vestido-de-veludo/9QHURLhK3UEXqw?hl=pt-br>. Acesso em: 21.jun.2020.

\_\_\_\_\_. **Autorretrato com vestido de veludo**, 1926. Disponível em: <https://arteartistas.com.br/moldura-frida-kahlo/>. Acesso em: 21. jun. 2020.

HANSON, Dennis. **Gestão e Cultura: Um panorama dos argumentos pró e contra**. Rio de Janeiro: III SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. 2006.

\_\_\_\_\_. DA UFF–D, Incubadora. **Gestão e Cultura: Um panorama dos argumentos pró e contra**. III SEGeT–Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Rio de Janeiro, 2006.

HEERDT, Mauri Luiz. LEONEL, Vilson. **Metodologia científica e da pesquisa; design instrucional**. 5. ed.rev. e atual. – Palhoça :UnisulVirtual, 2007.

HELLER, Eva. **A Psicologia das Cores**: Como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Editora Gustavo Gilli, 2012.

HETTWER, Henrique Rudolfo. A (in) visibilidade do cinema brasileiro sob a globalização neoliberal. **GEOSABERES**: Revista de Estudos Geoeducacionais, v. 10, n. 21, p. 1-17, 2019.

KITAZUME, Hiroyuki; OKUDA, Matsuri; IZUMI, Akihiro. **How To Draw Manga**: Making Anime. TOKIO: Graphic-sha Publishing Co. Ltd, 2003.

KÖCHE, J. C. **Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e iniciação à pesquisa**. 24. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LASSETER, John - **Principles of Traditional Animation Applied to 3D Computer Animation**, California: Computer Graphics, vol. 21, n. 4, jul. 1987.

LINO – O FILME: UMA AVENTURA DE SETE VIDAS. Direção: Rafael Libas. Produção: StartAnima Studio, 2017. (93 min). color.

LUCENA, Luiz Carlos. **Como fazer documentários**: linguagem e prática de produção. São Paulo: Summus, 2012.

MAGALHÃES, Vanessa Dias. **A Importância do cinema como Lazer popular e as suas formas de Inclusão**. 2015.

MAYER, Richard E.; MORENO, Roxana. Animation as an Aid to Multimedia Learning. **Educational Psychology Review**, 2002.

MEC (Ministério da Educação). **Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia**. 3. ed, 2016.

MORAES NETO, Waldomiro de Melo; TEIXEIRA, Celso Henrique de Aquino. **Produção de um filme curta metragem em animação, exemplificando a relação do design com as etapas do projeto**. 2º Congresso Nacional de Extensão Universitária. 11º Encontro de Atividades Científicas da Unopar. Londrina: UNOPAR, 2008.

MOTTA, Fernando C. Prestes; ALCADIPANI, Rafael; BRESLER Ricardo B. Bresler. A valorização do estrangeiro como segregação nas organizações. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, vol. 5, 2001. Disponível em: [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-6552001000500004](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-6552001000500004). Acesso em: 29 mai. 2020.

MUNARI, B. **Design e comunicação visual**: contribuição para uma metodologia didática. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

MUNIZ, Vik. **Série Crianças de Açúcar**, 1996. Disponível em: <https://arteeartistas.com.br/vik-muniz/>. Acesso em: 21 jun. 2020.

NIKLAS, Jan. Governo Bolsonaro suspende edital com séries LGBT para TVs. **O Globo**, 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/governo-bolsonaro-suspende-edital-com-series-lgbt-para-tvs-publicas-23891805>. Acesso em: 19 jun. 2020.

NÓVOA, Jorge. Apologia da relação cinema-história. **O olho da história**, v. 1, n. 1, p. 109-122, 1995.

OLIVEIRA, Vanessa Kalindra Labre. **Cinema, Clutura e Mídia: Pensando a linguagem do espetáculo**. Rio Grande do Norte: Departamento de Artes. 2009.

O MENINO E O MUNDO. Direção: Alê Abreu. Produção: Filme de Papel, 2014. (85 min) color.

ONG 'Fábrica de Imagens' abre 140 vagas para cursos em Fortaleza, **G1**, 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/ceara/noticia/2012/01/ong-fabrica-de-imagens-abre-140-vagas-para-cursos-em-fortaleza.html>. Acesso em: 16 mai. 2020.

ONG Fábrica de Imagem é homenageadas na AL pelos 18 anos de fundação, **ALCE**, 2016. Disponível em: <http://www.al.ce.gov.br/index.php/ultimas-noticias/item/51171-30-03-2016-wr>. Acesso em: 16 mai. 2020.

ONO, Maristela Mitsuko. Design, Cultura e Identidade, no contexto da globalização. **Revista Design em Foco**, vol. 1, n. 1, jul. dez, 2004.

\_\_\_\_\_. **Design e cultura: sintonia essencial**. Curitiba: Edição da Autora, 2006, p 23.

PAIVA, Cláudio Cardoso. O cinema de Hollywood e a invenção da América. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, 2005.

PÉON, Maria Luisa. **Sistemas de Identidade Visual**. 3. ed. Rio de Janeiro: 2ab Editora, 2003.

PRODANOV, Cleber Cristiano. FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PUCCI, Renato Luiz. **Cinema Brasileiro Pós-Moderno: O Neon-Realismo**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

RISTOW, Fabiano. Apesar de produção recorde, brasileiro ainda vê pouco filme nacional, **O Globo**, 2017. Disponível em: <

<https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/apesar-de-producao-recorde-brasileiro-ainda-ve-pouco-filme-nacional-21055382>. Acesso em: 2 dez. 2019.

SANTOS, Robson Souza dos; COSTA, Felipe da. Cinema Brasileiro e Identidade Nacional: análise dos primeiros anos do século XXI. **BOCC**, Portugal, 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-robson-cinema2.pdf>. Acesso em: 29 mai. 2020.

SANTOS, Fabiano Luiz Xavier dos. Vinte anos de retomada: dinâmica da concentração da produção e distribuição do filme brasileiro no mercado nacional. **Revista Eptic**, vol. 17, n. 3, set.dez. 2015. ISSN 1518-2487. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/4311>. Acesso em: 29 mai. 2020.

SCHORN, Solange Castro; DOS SANTOS, Eliane Gonçalves. Cinema: instrumento pedagógico na educação emocional. **XI ANPED SUL**, Curitiba, 2016. Disponível em: [http://www.anpedsul2016.ufpr.br/portal/wp-content/uploads/2015/11/eixo15\\_SOLANGE-CASTRO-SCHORN-ELIANE-GON%C3%87ALVES-DOS-SANTOS.pdf](http://www.anpedsul2016.ufpr.br/portal/wp-content/uploads/2015/11/eixo15_SOLANGE-CASTRO-SCHORN-ELIANE-GON%C3%87ALVES-DOS-SANTOS.pdf). Acesso em: 29 mai. 2020.

SILVA, Miguel Filipe Bastos. **A antecipação no cinema de animação 3D**. 2014. Dissertação (Mestrado em Som e Imagem) - Escola das Artes da Universidade Católica Portuguesa, Porto, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/18150/1/dissertacao%20final.pdf>

STÜRMER, Patrícia Gabert dos Santos. **Materiais naturais: Design e tecnologia no desenvolvimento de joias inspiradas na cultura gaúcha**. Porto Alegre: Universidade Federal DO Rio Grande do Sul, 2010.

TEIXEIRA, Rodrigo. **Cinema nacional ainda é visto como gênero**. 2019. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/05/13/rodrigo-teixeira-cinema-brasileiro-ainda-e-visto-como-genero.html>. Acesso em 2 dez. 2019.

THOMAS, Frank; JOHNSTON, Ollie. **The Illusion of Life: Disney Animation**. Nova Iorque: Walt Disney Productions, 1995.

TOY STORY 4. Direção: Josh Cooley. Produção: Walt Disney Pictures; Pixar Animation Studios, 2019. (100 min) color.

TURMA DA MÔNICA: LAÇOS São Paulo: Panini Brasil, n. 1, set 2018.

VIANA, Luciana Reitenbach. Diálogo com a Economia Criativa, Rio de Janeiro: **Iniciação científica em design de animação: desafios e perspectivas** v. 4, n. 11, p. 189-206, mai/ago, 2019.

VIVA – A Vida é uma Festa. Direção: Adrian Molina; Lee Unkrich. Produção: Pixar Animation Studios, 2017. (105 min) color.

WHITE, Tony. **Animation from pincels to pixel:** Classical techniques for digital animators. USA: Elsevier, 2006.

\_\_\_\_\_. **How to make animated films:** Tony White's complete masterclass on the traditional principles of animation. USA: Elsevier, 2009.

\_\_\_\_\_. **The Animator's Workbook:** Step-By-Step Techniques of Drawn Animation. USA: Watson-Guptill, 1988.

## APÊNDICES

## APÊNDICE A – Formulário de Pesquisa

# As preferências cinematográficas do público brasileiro.

Olá, a partir deste formulário busco compreender as preferências referente a escolha dos filmes do público brasileiro e com isso entender melhor o que motiva as pessoas a assistirem as produções nacionais (ou não). Os resultados desta pesquisa auxiliarão o meu trabalho de conclusão de curso para a graduação de Design na UNISUL - Universidade do Sul de Santa Catarina. Em meu TCC abordo o cinema nacional como uma ferramenta de valorização da cultura local.

**\*Obrigatório**

### 1. Idade: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- < 15 anos
- 15 a 25 anos
- 26 a 35 anos
- 36 a 45 anos
- 46 a 60 anos
- > 60 anos

### 2. Gênero: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Masculino
- Feminino
- Prefiro não dizer
- Outro: \_\_\_\_\_

### 3. Região: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sul
- Sudeste
- Centro-Oeste
- Nordeste
- Norte

## 4. Escolaridade: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Ensino fundamental incompleto
- Ensino fundamental completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio completo
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Outro: \_\_\_\_\_

Sobre o consumo de  
conteúdo:

Nesta sessão de perguntas busco compreender mais os hábitos  
de consumo

## 5. Você prefere consumir: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Filmes
- Séries
- Ambos
- Outro: \_\_\_\_\_

## 6. Qual/ quais gênero(s) de filme/série você prefere: \*

*Marque todas que se aplicam.*

- Ação/Aventura
- Romance
- Comédia
- Suspense
- Terror/Horror
- Drama
- Animação

Outro:  \_\_\_\_\_

7. Onde você costuma consumir este conteúdo (considere a rotina pré-pandemia):

\*

*Marque todas que se aplicam.*

- Cinema  
 Tv aberta  
 Tv fechado (canais de assinatura)  
 Streaming (Netflix, Amazon Prime, Globoplay, Apple TV+...)

Outro:  \_\_\_\_\_

8. Em média quantos filmes você costuma assistir em um mês: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Menos que 01 ao mês  
 01  
 02 a 05  
 06 a 10  
 11 a 20  
 Mais que 20

9. Dentre eles, são filmes nacionais: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Todos  
 A maioria  
 Metade  
 A minoria  
 Nenhum

10. Antes da pandemia, com que frequência você assistia filmes em salas de cinema: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Não assisto filmes em salas de cinema
- 01 vez ao ano
- 01 vez a cada seis meses
- 01 vez a cada dois meses
- 01 vez por mês
- 2 a 3 vezes por mês
- mais que 10

11. Dos filmes que você já assistiu no cinema, aproximadamente quantos são nacionais? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Todos
- A maioria
- Metade
- A minoria
- Nenhum

12. Você costuma assistir filmes/séries nacionais? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sempre
- Muitas vezes
- Às vezes
- Raramente
- Nunca

13. Ao buscar por filmes/séries em plataformas de streaming e/ou canais de TV, você prioriza produções: \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Nacionais
- Estrangeiras
- Não possuo preferência (indiferente)

**Se você respondeu que prefere assistir filmes e séries nacionais, pule as duas próximas perguntas.**

14. Você respondeu que prefere filmes e séries estrangeiras, comente um pouco sobre as razões desta sua escolha.
15. O quê poderia te levar a assistir mais filmes e séries nacionais (ou começar a assisti-los)?
16. Os últimos 35 anos do cinema nacional foram marcados por grandes produções e diversos avanços técnicos e artísticos. Você considera que estas evoluções colocam os filmes e séries brasileiros em igualdade aos produzidos fora do país? Na sua opinião ainda estão distantes ou até mesmo, em algum modo superior? Comente sobre. \*
17. Dos filmes e séries nacionais que assistiu, cite três que você mais se identificou; \*

## APÊNDICE B – Roteiro

DESCOBRINDO UM OUTRO CINEMA

POR RICARDO SILVEIRA

1 INT. CIDADE - DIA

Cidade acinzentada e sem muita cor com o título ao centro, o qual vai sumindo em um *fade out*. Personagem Gabriel caminhando pela cidade cabisbaixo até o seu destino, o cinema.

2 EXT. PORTA CINEMA - DIA

Cena fechada na mão de Gabriel abrindo a porta do cinema.

3 INT. CORREDOR DO CINEMA

Câmera vai passando da esquerda para a direita mostrando uma extensa fila com cartazes de um filme lançamento ao fundo: *World's Owner*, o qual aparece a caricatura do presidente Donald Trump vestido de super herói sobre o planeta.

A câmera dá um zoom até o cartaz, deixando só ele em cena por alguns *frames*.

4 INT. CORREDOR DO CINEMA

Com foco nos pés das pessoas na fila aparece os pés de Gabriel se unindo a fila.

5 INT. FUNDO COR SÓLIDA

Gabriel impaciente olhando para o relógio. Ao fundo um relógio vai girando os ponteiros e a imagem "amarelando".

6 INT. FILA DO CINEMA

Gabriel olha para um lado e para o outro até olhar novamente para um ponto e se surpreender - olhos saltam do rosto com a surpresa.

Zoom fechado no rosto de Gabriel com sorriso feliz.

7 INT. CORREDOR CINEMA NACIONAL

Fila para o filme nacional completamente vazia, apenas a atendente sentada em uma cadeira e uma bola de feno voando pelo chão. O Cenário está desbotado, com rachaduras, os cartazes do filme Bacurau tortos e com problema na iluminação.

8 INT. FILA DO CINEMA

Gabriel erguendo os ombros e as sobrancelhas na fila, demonstrando interesse.

9 INT. FILA DO CINEMA

Câmera na parte de baixo da fila mostrando o personagem saindo da fila.

10 INT. CORREDOR CINEMA NACIONAL

Gabriel se dirige até a atendente no cinema, entrega seu ingresso e entra na sala de cinema.

11 INT. SALA DE CINEMA

Gabriel sentado na sala de cinema sozinho assistindo o início do filme Bacurau.

Finaliza a cena com *fade out*.

12 INT. PORTA SALA DE CINEMA

Luzes saindo da sala enquanto Gabriel assiste a sessão de cinema.

Porta do cinema abre rapidamente com Gabriel saindo correndo sorridente em direção a câmera. Gabriel e o cenário agora possuem cores levemente mais saturadas, o ambiente agora tem mais vida.

13 INT. CORREDOR CINEMA NACIONAL

Gabriel passa correndo velozmente no corredor muito sorridente, deixando a atendente espantada.

14 EXT. PORTA DO CINEMA - DIA

As portas do cinema para a rua se abrem com um empurrão de Gabriel, que é incapaz de conter sua alegria e curiosidade de observar o ambiente ao seu redor.

15 EXT. RUA - DIA

Câmera atrás do personagem mostrando Gabriel observando a sua frente um veículo do filme Tropa de Elite passando.

16 EXT. RUA - DIA

Gabriel olha para a sua esquerda e se depara com dona Ermínia passeando pela rua.

Ao olhar para a direita o personagem encontra Josué e Dora, personagens de Central do Brasil, sentados em um banco.

17 EXT. RUA - DIA

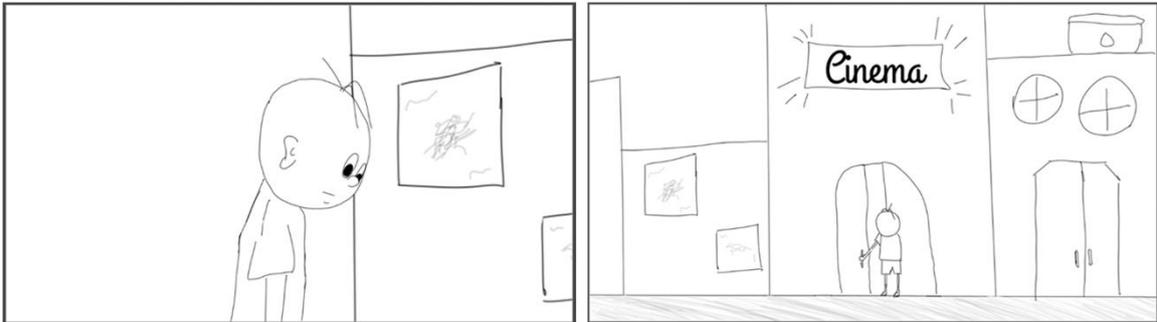
Gabriel sai do cinema retornando o caminho que havia feito anteriormente, passando por uma parede antes sem graça e que agora tem um grafite com a imagem de Maria e Jesus do filme O Auto da Compadecida.

18. EXT. RUA - DIA

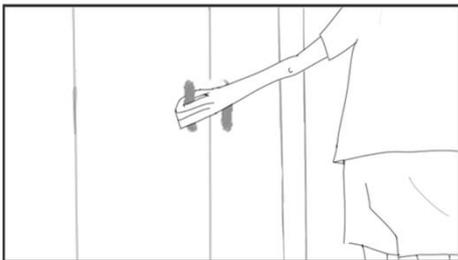
Gabriel Abre o seu sorriso mais feliz e a animação encerra com um *fade out* branco subindo os créditos.

### APÉNDICE C – Storyboard

CENA 01



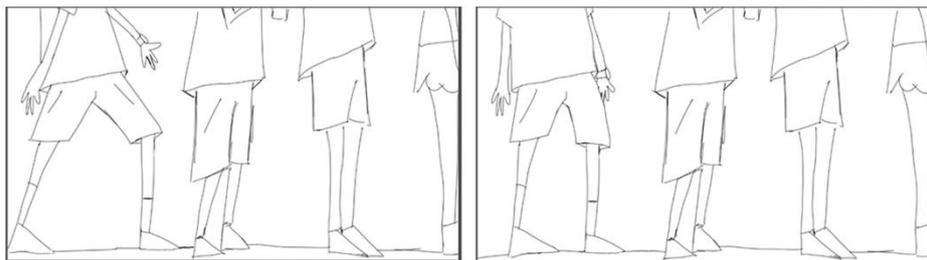
CENA 02



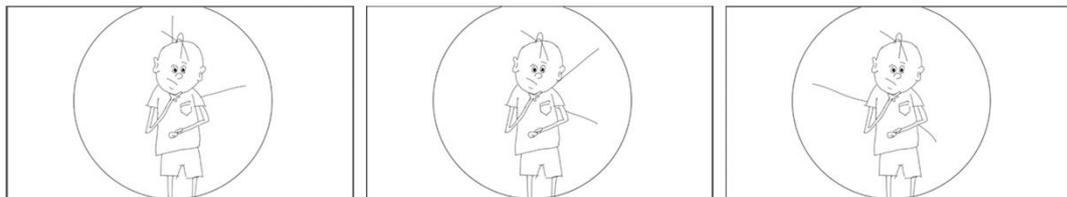
CENA 03



CENA 04



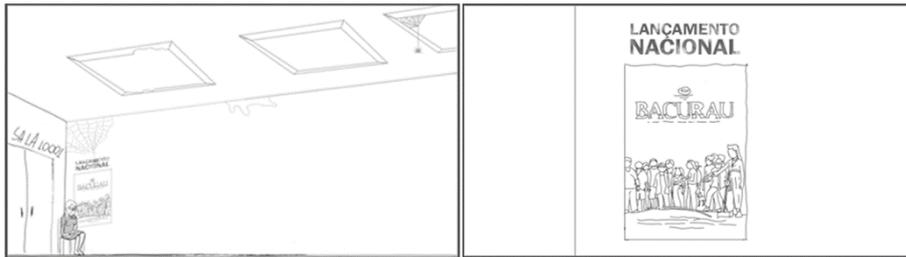
CENA 05



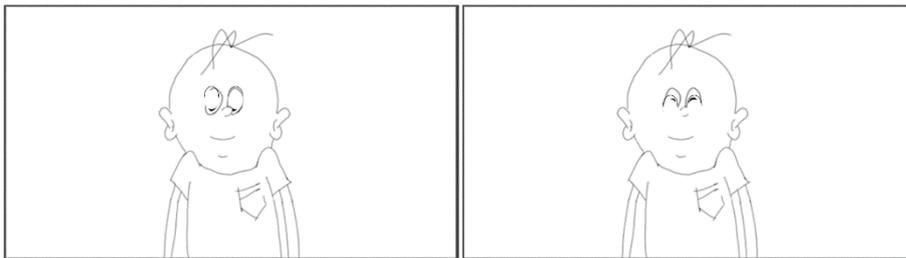
CENA 06



CENA 07



CENA 08



CENA 09



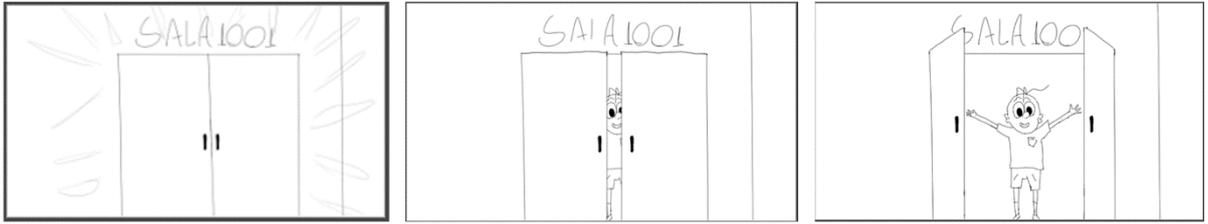
CENA 10



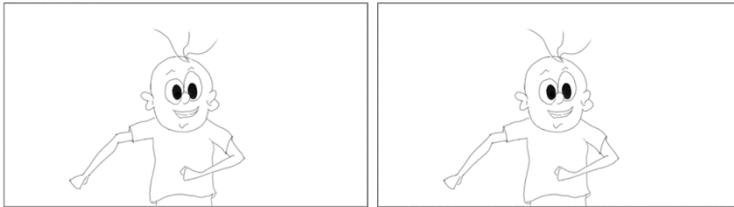
CENA 11



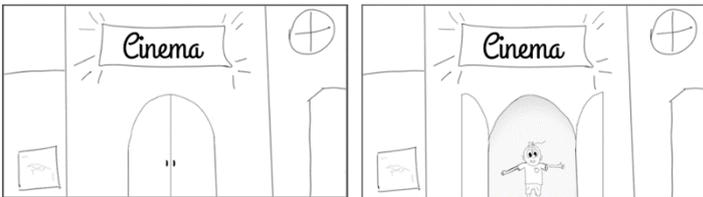
CENA 12



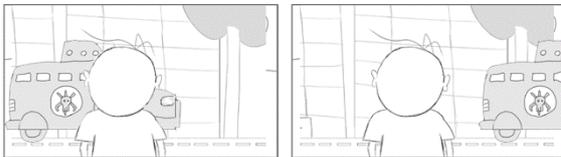
CENA 13



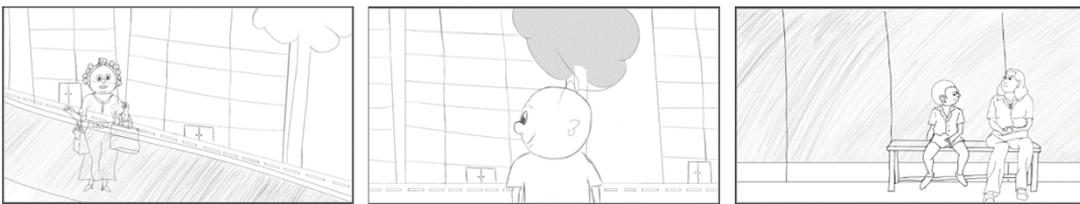
CENA 14



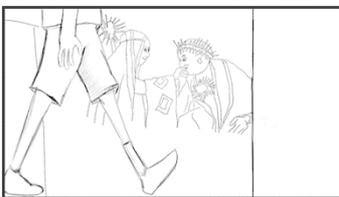
CENA 15



CENA 16



CENA 17



CENA 18

