

“Consciência rosa”: Stop motion em prol da campanha do Outubro Rosa¹

Lidiane Fraga LEOCADIO²

Isaque COSTA³

Maria Carolina Dias⁴

Mirelly FERREIRA⁵

Lawrenberg Advíncula da SILVA⁶

Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat), Alto Araguaia, MT

RESUMO

A campanha Outubro Rosa teve seus primeiros esboços na década de 1990, sob o intuito de incentivar a participação da população no controle do câncer de mama nos Estados Unidos. Hoje, no Brasil, o Ministério da Saúde tem intensificado a divulgação para uma melhor conscientização social. Ciente disso, o presente projeto desenvolveu um curta-metragem em *stop motion* ressaltando a importância de se pensar sobre a necessidade de fazer o exame preventivo da doença. Para isso, utilizou-se como elemento fitas rosa e pretas, além de um background branco, de modo a, a partir do contraste de cores, impactar a atenção dos espectadores. Trata-se de um trabalho proposto na disciplina de Design, ministrada no terceiro semestre do curso de Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat), campus de Alto Araguaia.

PALAVRAS-CHAVE: Fotografia em movimento; Outubro Rosa; Design; Alto Araguaia.

1 Uma discussão inicial

A ideia de sequencialidade sempre exerceu enorme influência no inconsciente humano, ao passo de despertar em cada um de nós a habilidade de preencher de sentido os vazios deixados do descompasso entre nossa percepção visual e mental. Na sequência inicial de *Os sete samurais*, do diretor japonês Akira Kurosawa, por exemplo, o espectador é induzido a participar da ação dramática, representada na invasão de uma gangue de saqueadores a um pequeno vilarejo.

A sequência introduz-se, segundo o designer sueco Bo Bergstrom (2009), como um aspecto central da narração visual. Pois, dela, pode-se identificar uma conjunção de eventos integrados, que envolve pessoas, suas ações e seus esforços. E no caso da fotografia em movimento, permite um entendimento mais amplo acerca da arte sequencial e suas singularidades no que tange a representação de enredos e histórias.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria CA07 **Cinema e Audiovisual**, modalidade **Fotografia em Movimento (avulso)**.

² Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso Jornalismo, email: lidi.fraga@hotmail.com

³ Estudante do 3º. Semestre do Curso Jornalismo, email: isaquecosta22@gmail.com

⁴ Estudante do 3º. Semestre do Curso Jornalismo, email: carol-cadias@hotmail.com

⁵ Estudante do 3º. Semestre do Curso Jornalismo, email: mirelly_f15@hotmail.com

⁶ Orientador do trabalho. Professor Assistente do Curso Jornalismo, email: lawrenberg@gmail.com.

Assim como a animação, o stop motion se apresenta como uma relação de imagens estáticas que, quando projetadas, transmitem a ilusão do movimento (VIEIRA, 2008, p.60). O stop motion exige um bom roteiro e enquadramentos precisos, frisando que cada segundo exige o mínimo de três a quatro imagens sequenciadas. Quanto menos imagens no intervalo de um segundo, mais lenta é a exibição; por outro lado, o volume maior de imagens significa um stop motion mais envolvente.

A partir disso, o curta-metragem Outubro Rosa, de duração de 37 segundos, foi desenvolvido para popularizar e gerar reflexão na população geral sobre a necessidade de exame preventivo no combate ao câncer de mama. Trata-se de um produto experimental elaborado durante as aulas laboratoriais da disciplina de Design, do curso de Jornalismo da Unemat de Alto Araguaia.

2 OBJETIVO da Animação

O curta-metragem tem como objetivo sensibilizar a população da cidade de Alto Araguaia acerca da campanha do Outubro Rosa, de combate ao câncer de mama.

3 Por que conscientizar sobre o câncer de mama?

Originária dos Estados Unidos, a campanha do Outubro Rosa tem por objetivo reforçar as recomendações acerca do exame preventivo acerca do câncer do mama. O Instituto Nacional do Cancer (INCA) vem se empenhando na disseminação de conteúdos didáticos acerca da doença, bem como de orientação quanto ao tratamento dela.

De acordo com o site do INCA (www2.inca.gov.br, 12/04/2016), o câncer de mama é o mais comum entre as mulheres do Brasil e do Mundo, respondendo por cerca de 25% dos casos novos a cada ano. Também no mesmo instituto informa a estimativa de 57.960 casos para este ano, e o número de mortes de 14.388 (181 homens e 14.206 mulheres) no ano de 2013.

Estes dados justificam a importância da produção de um curta visando uma maior conscientização social, uma vez que o formato possui grande penetração popular.

4 Métodos e técnicas aplicadas na construção do stop motion

De início, após definição do tema e objetivos esperados com o curta, deu-se início o processo de produção. Todo o desenvolvimento e a construção do curta seguiram três etapas claramente definidas: pré-produção, produção e pós-produção.

Na primeira etapa – pré-produção – exigiu um planejamento e pesquisa do tema Câncer de Mama e sobre a campanha do Outubro Rosa. Aqui, por meio de brainstorm (tempestade de ideias), foram definidas as estratégias comunicativas, os elementos empregados, os enquadramentos e a sequência ideal. E, para isso, foi imprescindível um roteiro.

O roteiro é como um *substantivo* – é sobre uma *pessoa*, ou pessoas, num *lugar*, ou lugares, vivendo uma *coisa*. Todos os roteiros cumprem essa premissa básica. A pessoa é o personagem, e viver sua coisa é a ação. Se roteiro é uma história contada em imagens, então o que todas as histórias têm em comum? Um início, um meio e um fim, ainda que nem sempre nessa ordem [...] Esta estrutura linear básica é *forma* do roteiro; ela sustenta todos os elementos do enredo no lugar. (FIELD, 1982, p. 02).

Na segunda etapa – produção -, compomos a cena por meio de um emaranhado de fitas pretas e uma rosa numa mesa acinzentada. A ideia era montar um balaio de fitas, para que depois a única fita rosa desvencilhasse e formasse um dos símbolos da campanha: a fita cruzada.

Foram registradas, em sequência, 40 fotografias. A câmera ficou suspensa sob a mesa onde estavam as fitas e exigiu a participação de dois membros do grupo. Um para segurar e fotografar, enquanto outro para cuidar da iluminação com um rebatedor de isopor.

A gravação durou cerca de 50 minutos, sendo que a maior dificuldade foi manter a fita fixa e garantir o foco dos enquadramentos.

Já na última etapa, a pós-produção, utilizamos do software Adobe Premier Pro CS6 para a edição das imagens e a execução do plano sequência numa velocidade média, que evidenciasse o trabalho de produção de movimento. O objetivo era organizar o material captado, e concilia-lo com uma trilha sonora: Mais uma canção, do grupo Los Hermanos.

Quando nos referimos em edição, Kellison (2007: p.233) afirma que:

Em essência, tomadas e cenas adquirem significados específicos quando são conectadas com outras tomadas formando uma sequência com sentido. É essa conexão que chamamos de edição. A edição pode manipular o tempo, criar situações de drama, tensão, ação ou comédia. Sem a edição, você só teria peças desconexas de uma ideia flutuando isoladamente em busca de uma conexão.

5 Outubro Rosa, Consciência Rosa

O curta Outubro Rosa tem 37 segundos de duração e foi produzido para veiculação no youtube e facebook.



Fig.1,2 e 3: Montagem do emaranhado de fitas e desprendimento de uma das fitas.



Fig.4,5,6 e 7: Isolamento da fita rosa e movimento dela no sentido de formar a silhueta do símbolo da campanha Outubro Rosa.

Para a montagem, utilizamos 12 fitas pretas e uma rosa, além de uma mesa acinzentada. As fitas pretas representam a dúvida, o desconhecimento e a doença, enquanto a rosa representa a vida, a saúde e a cura. Esta simbologia das cores pode ser compreendida por Modesto Farina

5.1 Abertura

No início do curta, a câmera faz um plano conjunto de um novelo de fitas pretas, situado no canto superior esquerdo do vídeo. A seleção do ponto óptico e a definição do aguçamento possuem por base as leis compositivas de Donis Dondis (2003), quando define que a varredura visual do leitor ocidental inicia do canto superior esquerdo para o inferior direito, também denominado de Zona Primária. Esta abertura dura de 2 a 6 segundos, com o foco no novelo de fita. A imagem permanece estática por 2 a 3 segundos, o que atribui um tom de dramaticidade à narrativa.

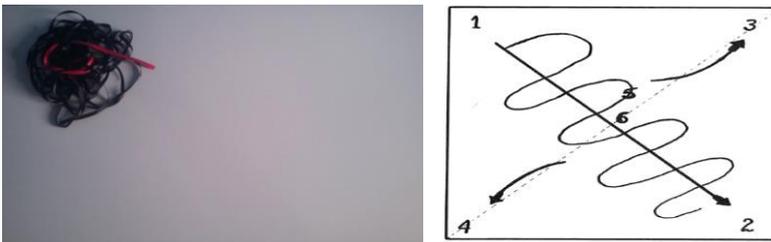


Fig.8 e 9: Ponto de partida do stop motion e o esquema de varredura visual do leitor ocidental (ZONA ÓPTICA PRIMÁRIA –ZOP).

5.2 Desenvolvimento e encerramento

Nesta parte, a fita rosa se desprende do novelo, movimentando-se lentamente até formar o símbolo da campanha: a fita cruzada. Esta sequência tem duração de 17 segundos, enquanto a imagem da fita cruzada, que é o encerramento, tem duração de 5 a 7 segundos. A trilha no fundo dá uma sensação lúdica ao vídeo, acreditando que o público tenha adesão maior a propostas mais lúdicas, alegres, do que sérias, polêmicas.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência de produzir um curta-metragem sobre o Outubro Rosa propiciou um conhecimento amplo da campanha de conscientização acerca do exame preventivo do câncer do mama quanto da linguagem de animação empregada no stop motion.

O curta circulou no youtube e entre as páginas no facebook da Unemat e outros grupos de Alto Araguaia e região, de modo a divulgar e incentivar a procura da população a postos de saúde e hospitais. Numa rápida consulta nesses lugares, notamos que houve o aumento de procura na margem de 15%.

A próxima etapa é produzir novos curtas com informações mais detalhadas do tratamento do câncer de mama, bem como coletar depoimentos de mulheres.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARRUDA, Zuleika. **O que é o rasqueado cuiabano?** Cuiabá: Entrelinhas, 2007

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. Tradução de Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 2003

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. Editora Edgard Blucher, 1982.

FIELD, Syd. **Manual do Roteiro: Os fundamentos do Texto Cinematográfico**. Tradução: Álvaro Ramos, Rio de Janeiro: Objetiva LTDA, 1979.

INSTITUTO NACIONAL DO CANCER. Site: <http://www2.inca.gov.br>

KELLISON, Catherine. **Produção e direção para TV e vídeo: Uma abordagem prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

MOLETTA, Alex. **Criação de curta-metragem em vídeo digital: uma proposta de produção de baixo custo**. São Paulo: Summus Editorial, 2009