



## Uso da animação como incentivo à preservação da natureza pelas crianças. <sup>1</sup>

Márcia Cristina CECCHI<sup>2</sup>

Jackeline Milena SILVA<sup>3</sup>

Leila Maia MAZUR<sup>4</sup>

Mariana LIMA<sup>5</sup>

Monique TSCHA<sup>6</sup>

Paulo NEGRI Filho<sup>7</sup>

Faculdade Internacional de Curitiba - FACINTER, Curitiba, PR.

### RESUMO

Este artigo tem o objetivo averiguar a importância da animação para as crianças como fator de conscientização de temas como a preservação do meio ambiente. São relatados, o desenvolvimento do programa, as fases do projeto, a importância na escolha das mídias eletrônicas para atingir o público desejado, assim como atender aos anseios infantis e ajudar na fixação da importância de assuntos sobre a preservação ambiental.

**PALAVRAS-CHAVE:** crianças, *stop motion*, incentivo, meio ambiente.

### INTRODUÇÃO

Todos tem ciência que a natureza está mudando como resposta a irresponsabilidade dos atos praticados pelos seres humanos. Ato que podem ser amenizados com outros atos sejam eles grandes ou pequenos, através da conscientização dos adultos, mas sem menosprezar a conscientização infantil pelo estímulo da forma correta de perceber o meio ambiente e a sua preservação.

É possível, por meio de uma infinidade de formas, ajudar a mudar esse quadro e pode-se atingir esse objetivo por quaisquer áreas de conhecimento que estejam prontas a fazer o mínimo necessário para isso.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Filme publicitário (avulso).

<sup>2</sup> Aluna líder e estudante do 5º. Período do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade, Propaganda e Marketing, e-mail: mc\_cecchi@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 5º. Período do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade, Propaganda e Marketing, e-mail: jackmilena@yahoo.com.br.

<sup>4</sup> Estudante do 5º. Período do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade, Propaganda e Marketing, e-mail: leilakasin@gmail.com.

<sup>5</sup> Estudante do 5º. Período do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade, Propaganda e Marketing, e-mail: mari.lima@hotmail.com.

<sup>6</sup> Estudante do 5º. Período do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade, Propaganda e Marketing, e-mail: monique.tscha@gmail.com.

<sup>7</sup> Orientador do trabalho. Mestre em Educação, Professor do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: paulonegrifilho@gmail.com.



Na área acadêmica, por exemplo, pode-se incentivar os alunos a desenvolver projetos que estejam voltados para educar para a preservação do meio ambiente, focando os projetos tanto em crianças, quanto em adultos e ou idosos, ou, ainda direcionados a governos ou empresas privadas, mostrando a necessidade de engajamento nessa área e a real importância da preservação da natureza de maneira conjunta.

Por meio dessa linha de raciocínio foi desenvolvido o “Programa Sempre Vivo” e para demonstrá-lo foi desenvolvido um filme com uma técnica de quadro a quadro, conhecida como *stop motion*, para, de maneira divertida mostrar como cultivar e cuidar de uma planta, além da sugestão de um site para maior interatividade no projeto e de outras peças gráficas que serão apenas comentadas para que se entenda o objetivo do Programa, pois o foco desse artigo é o filme.

## A ESCOLHA DO TEMA

Como alunas de Comunicação Social, com habilitação em Publicidade, Propaganda e Marketing, existe no curso uma grade bem variada de matérias técnicas e práticas que devem ser cumpridas.

A escolha do tema deve-se a idéia de complementar uma campanha gráfica desenvolvida para a disciplina de Criação Publicitária, Impresso e Produção Gráfica. Vislumbrou-se a oportunidade de dar continuidade a campanha, aproveitando à disciplina Produção Publicitária e Propaganda em TV, criando um filme integrado a disciplina anterior.

A proposta iniciada na primeira disciplina comentada tinha um tema interessante e permitia que fosse desenvolvido outro tipo de mídia como complemento, sendo que trazia todo um histórico a respeito de um produto voltado a crianças, mas sem nenhuma mídia em TV, mesmo porque a disciplina para que foi criada não tinha esse requisito. A disciplina de Produção Publicitária e Propaganda em TV oferecia a oportunidade de completar a campanha criada e dar mais valor e visibilidade ao produto se fosse o caso de ser um cliente verdadeiro, além de ser um tema adequado ao uso de animação com massinha, ou seja, a técnica de *stop-motion* para a produção do filme e assim atingir ao também ao objetivo da disciplina em questão.

## UM POUCO DO PROGRAMA

A idealização do “Programa Sempre Vivo” consiste em um projeto sem fins lucrativos e que pode ser utilizado com apoios que podem ser governamentais ou de empresas privadas. O objetivo do programa é incentivar as crianças, com a ajuda e envolvimento de seus pais para o plantio e cuidado que a natureza necessita. Foram escolhidas sementes de alpiste que crescem com facilidade, mas precisam de cuidados constantes para que não morram e com a ajuda de um *kit* de jardinagem essa será uma tarefa simples, promovendo ainda uma aproximação entre pais e filhos e um aprendizado com relação à natureza para ambos os lados.

A intenção é fazer com que as crianças adquiram amor, atenção e responsabilidade e em função do cuidado diário se sintam responsáveis pela planta. Através da observação de cada passo do processo, como o nascimento e crescimento das sementes, que além de se tornarem plantas decorativas, constitui uma brincadeira divertida no manuseio das peças incorporadas ao *kit*, como o regador, o vaso e a pá em miniatura.

Com uma simbologia simples, a logomarca do programa traz a natureza representada através de flores, folhas e gravetos, mostrando o colorido da natureza que se encontra a sua volta. As formas simples para desenhar as flores e folhas foram escolhidas por representarem os desenhos infantis e as cores utilizadas são cheias sem interferências de *degradées*, por serem também a maneira como crianças costumam manifestar a pintura em seus desenhos.

Logomarca o Programa:



Era necessário não apenas mostrar como preservar a natureza e sim inserir a criança, bem como seus pais nesse processo de aprendizado, mas de uma maneira que

fosse prazerosa e simples para todos os envolvidos, assim foi criado um *Kit* de Cultivo para que as crianças pudessem interagir com o projeto, mas sempre procurando a orientação dos pais.

Esse *Kit* de Cultivo contém os seguintes itens:

1. Caixa especialmente desenvolvida para o Programa, contendo 1 pacote com sementes de alpiste, 1 vaso, 1 regador, 1 pacote de substrato (terra) e 1 pá (para plantar);
2. *Flyer* explicativo ensinando a plantar;
3. Folder mostrando a importância do meio-ambiente e sua preservação;
4. Chaveiro para ser utilizado pelas crianças, com o objetivo de difundir sua participação como cidadão consciente da preservação do meio-ambiente.



Será criado também um site com o filme e as peças do programa, para melhor compreensão por parte dos pais dos objetivos do programa e sua participação, bem como a conscientização dos atos que estão realizando e a importância desses atos para o planeta.



## A ESCOLHA DA MÍDIA ELETRÔNICA COMO MÍDIA PRINCIPAL

De acordo com Bernardo Kucinski (2002, p. 41) “é principalmente pela tevê que se dá o processo de construção de consenso”, sendo assim a veiculação do filme na TV seria a forma ideal de divulgação do Programa Sempre Vivo, “[...] às exibidas na Televisão, considerada a maior propagadora de produtos e serviços presente em 90% dos lares brasileiros, [...]” (FELIX. PDL. p. 14).

Outro dado importante para essa decisão é que “em termos de penetração, como mídia, a TV alcança 98% dos brasileiros (99% nas Classes Sociais A, B e C).” (WERZBITZKI, 2009) e que atinge e direciona nosso programa para as classes de maior poder aquisitivo e serão importantes formadores de opinião futuramente, na preservação da natureza.

Mas, não se pode descartar a inserção desse programa na Internet, nos sites de busca, anúncios em sites de jogos para crianças e adolescentes, nos portais de notícias para alcançar os pais, que de acordo com o IBOPE, “os portais Globo.com, IG, MSN, Terra, Uol e Yahoo (juntos eles possuem 91% de alcance entre os usuários da rede)” (IBOPE, 2009).

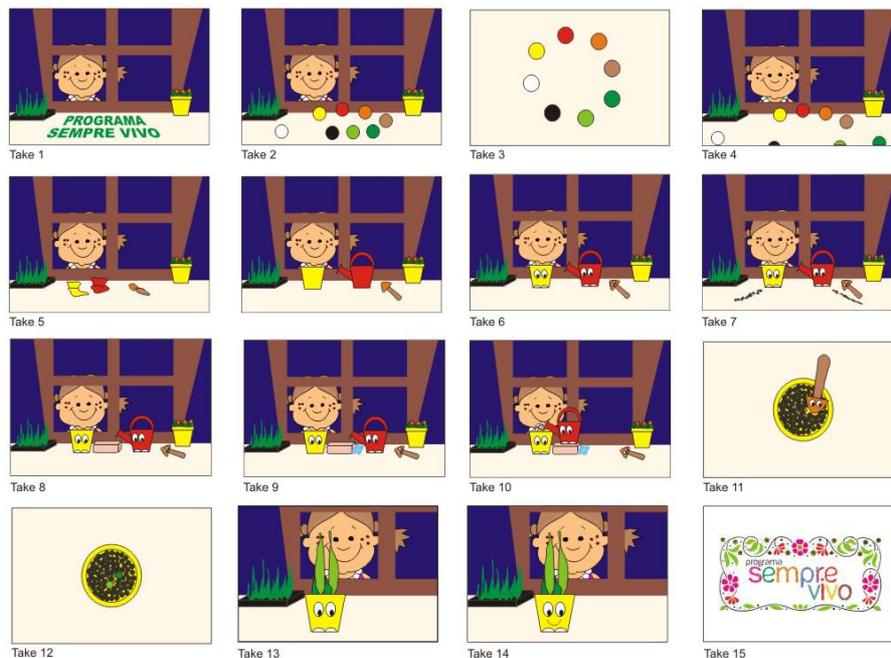
Pelos dados apresentados, percebe-se que a penetração no universo que se quer atingir, ou seja, o máximo possível de crianças e através delas seus pais, se faz melhor pelas mídias eletrônicas, como a TV e a internet. Esse processo se dará pela brincadeira e pela diversão dos elementos do filme mostrando para as crianças como se fazer para plantar e ver o nascimento da planta, transferindo dessa forma a realidade para o plano imaginário infantil, criando um vínculo com a criança e o aprendizado de preservação do meio ambiente.

### *STOP MOTION*

A técnica de

*Stop Motion* (ou *Frame-by-frame*) é uma técnica de animação em que se trabalha fotografando objetos (movimentados nos intervalos de cada fotografia), fotograma por fotograma. Estes são posteriormente montados numa película cinematográfica. Quando o filme é projetado a 24 fotogramas por segundo, cria-se uma ilusão de movimento. (CARDOSO, 2009).

Essa técnica não deixa de ser uma arte, já que na sequência quadro a quadro deve-se realizar um trabalho minucioso de como os personagens integrantes do filme irão se movimentar, deve ser preparado um roteiro e um *storyboard*<sup>8</sup> para que a cada movimento seja feita uma nova foto e somente ao final, depois de editado o filme, se possa perceber a simbologia da preservação do meio ambiente, que foi criada por meio do movimento dos objetos utilizados.



*Storyboard* do filme do Programa Sempre Vivo.

“Com a ajuda dos símbolos da arte podemos manifestar impulsos e valores significantes que, de outra maneira, não teriam como ser comunicados (a emoção, o carinho, o desejo, a simpatia, o amor...)” (BARBOSA JÚNIOR. 2005. p. 13), a partir dessa idéia, esse projeto foi desenvolvido especificamente para lidar com o imaginário infantil, estimular a curiosidade e trabalhar a paciência pelo processo, desde a espera do nascimento das primeiras folhas, utilizando-se da surpresa e compreensão da germinação para estimular o amor pela natureza.

Sendo incentivados ainda pelo imaginário e identificação do manuseio da massinha de modelar colorida, produto que toda criança gosta de brincar e que foi utilizada para a confecção dos elementos do filme, pode-se estimular outras idéias nas brincadeiras, moldando assim novas atitudes para o futuro da natureza e do planeta.

<sup>8</sup> *Storyboard* é a história desenhada em quadrinhos, mostrando orientações de enquadramentos para produção da animação.



## REFERÊNCIAS

BARBOSA JÚNIOR, Alberto Lucena. **Arte da animação**. Técnica e estética através da história. São Paulo. Ed. Senac. 2005.

CARDOSO, Sandra. **Stop Motion**. Publicado 20/04/2009.  
<<http://digartmedia.wordpress.com/2009/04/20/stop-motion/>> Acesso em 19/3/2010.

FÉLIX, Ana Elizabeth Araújo da Silva. **A semiologia dos discursos da publicidade**. Editora Central dos Livros. PDL < <http://ebooksgratis.com.br/category/livros-ebooks-gratis/tecnicos-e-cientificos/comunicacao-tecnicos-e-cientificos-livros/>> Acesso em 23/1/2010.

IBOPE. **O mapa da Internet**. Giro IBOPE. Ed. 12. Jan/fev/mar 2009.  
<<http://www.ibope.com.br/giroibopecapacapa.html>> Acesso 21/3/2010

WERZBITZKI, João José. **A força da televisão, no Brasil**. 2009.  
<<http://blogs.abril.com.br/blogdojj/2009/04/forca-televisao-no-brasil.html>> Acesso em 21/3/2010.

KUCINSKI, Bernardo. **Mídia e democracia no Brasil**. In: Margarida Maria Krohling Kunsch; Roseli Fischmann. (Org.). **Mídia e tolerância**. A ciência construindo caminhos de liberdade. São Paulo. Edusp. 2002. p. 39-50.