

# O processo de criação de narrativas entre estudantes de graduação de Design/Animação

## *The process of creating narratives with Graduate Design/Animation students*

Marcus Tadeu Tavares<sup>1</sup> 

### RESUMO

De que forma os estudantes do ensino superior, em cursos voltados para a animação, experimentam e vivenciam a arte de criar histórias, narrativas e roteiros? Como lidam com o entendimento e o processo de elaboração dos itens de uma bíblia de produção/comercialização de séries de animação? De que forma o processo impacta na sua experiência universitária/profissional e no dia a dia como consumidor de animação? Com o objetivo de responder tais perguntas, uma pesquisa de caráter exploratório e quantitativa foi realizada com um grupo de estudantes egressos do quinto período do curso de Design, com ênfase em animação, da Escola Superior de Propaganda e Marketing, unidade Rio de Janeiro, que havia participado da disciplina Projeto V: Storytelling, Transmídia e Advergamos. Os dados apurados revelam que os estudantes têm uma percepção positiva do processo de construção de narrativas, compreendendo os meandros da criação, o que oportuniza novos olhares e conhecimentos acadêmicos e profissionais.

**Palavras-chave:** roteiro; animação; ensino superior.

### ABSTRACT

*How do Graduate students, enrolled in courses focused on animation, experience the art of creating stories, narratives, and scripts? How do they understand the elaboration process of an animation series bible production/marketing? How does the process impact their university/professional experience and their daily life as animation consumers? In order to answer these questions, an exploratory and quantitative research was carried out with a group of students from the 5<sup>th</sup> period of the ESPM-Rio Design Graduation course, with an emphasis on animation, who had participated in the Project V discipline: Storytelling, Transmedia, and Advergamos. The data collected reveal that students have a positive perception of the narrative construction process, understanding the intricacies of creation, which provides new perspectives and academic/professional knowledge.*

**Keywords:** script; animation; graduation.

---

<sup>1</sup>Escola Superior de Propaganda e Marketing – Rio de Janeiro (RJ), Brasil. E-mail: marcus.tavares@espm.br  
Recebido em: 09/06/2021 – Aceito em: 11/10/2021

## INTRODUÇÃO

No livro *A cidade das palavras*, Manguel (2008) reitera que é por meio de histórias contadas e recontadas que os seres humanos constituem suas identidades. Tais histórias “podem alimentar nossa mente, levando-nos talvez não ao conhecimento de quem somos, mas ao menos à consciência de que existimos (...). Poucos métodos são mais adequados a essa tarefa de percepção mútua do que a narração de histórias” (2008, p. 19). Histórias onipresentes e que viraram, segundo McKee (2006), a principal fonte de inspiração da humanidade. Diz o autor que “nosso apetite por estórias é um reflexo da necessidade profunda do ser humano em compreender os padrões de viver, não meramente como um exercício intelectual, mas como uma experiência pessoal e emocional” (2006, p. 25).

Hoje, por meio de diferentes invenções tecnológicas e digitais, as histórias, especialmente as que se utilizam da linguagem audiovisual, estão cada vez mais onipresentes e ocupando mais tempo e espaço. Aliada às novas invenções e funções que a comunicação, a informação e o entretenimento ganharam na vida das sociedades, a linguagem audiovisual, ao longo do século XX, estabeleceu-se como uma das linguagens mais envolventes, impactantes e influenciadoras da humanidade (TAVARES, 2013). Linguagem na qual, homens e mulheres, crianças, adolescentes, jovens e adultos passaram a se ver e, ao mesmo tempo, serem vistos.

A linguagem que tornou possível o cinema e a televisão está, hoje, presente também no computador, no celular, em diferentes telas e formatos, transformando-se, graças aos novos aparatos, em um produto altamente propagável pelo público, pela audiência (JENKINS, 2014). Histórias audiovisuais que grudam, ganham aderência, e que, portanto, propagam-se na chamada cultura da conexão. Narrativas que se traduzem desde os tradicionais comerciais de TV, com seus 30 segundos, aos longas-metragens, passando, é claro, pelos curtas, médias e toda a sorte de formatos e conteúdos digitais publicitários (*merchandising, product placement, branded content e storytelling*) e aqueles voltados para os *games*, que se multiplicam a todo instante em diversos canais, plataformas e redes sociais.

Nesse contexto, a linguagem da animação se faz presente cada vez mais. Estima-se que o consumo de animação no mundo chegou a US\$ 249 bilhões em 2016 e atingiu cerca de US\$ 270 bilhões em 2020 (DIGITAL VECTOR, 2017). Esse crescimento, de acordo com estudo de Nyko e Zendron (2019), é resultado do aumento da demanda por entretenimento animado nos serviços de transmissão de TV a cabo e por satélite, bem como do avanço da internet e de seus serviços de *video on demand*. E a previsão é que o mercado cresça 9% entre 2021 e 2026 em virtude do impacto da pandemia da COVID-19 no mundo, segundo relatório *Animation and VFX Market – Growth, trends, Covid-19 impact, and forecasts (2021–2026)* (MODOR INTELLIGENCE, 2021).

As animações estão presentes nos mais diferentes produtos e serviços. Podem ser encontradas em filmes e séries totalmente animados voltados para o público infantil, por exemplo, mas também se incluem em outros filmes e séries para os públicos juvenil e adulto, como parte de efeitos visuais nos mais diversos produtos audiovisuais, em peças publicitárias, em jogos digitais, em conteúdo educacional multimídia e em usos corporati-

vos. Além disso, as obras animadas dão origem a marcas e personagens que têm grande potencial de licenciamento, integrando-se e agregando valor a produtos e serviços de terceiros. Personagens animados de sucesso podem ser usados para estampar peças de vestuário, artigos escolares, produtos alimentícios e de higiene etc. O universo desenvolvido pode ser explorado em diferentes plataformas e produtos de entretenimento, no que se convencionou denominar “transmídia”. Portanto, o consumo de animação é vasto e não se esgota na obra audiovisual original. (NYKO; ZENDRON, 2019, p. 11).

A importância que se dá, portanto, às histórias audiovisuais animadas no contexto contemporâneo é proporcional à relevância que se dá, cada vez mais, à criação dessas narrativas, ao roteiro, ponto de partida para a produção dos conteúdos audiovisuais. Por ano, 35 mil roteiros, de acordo com McKee (2006), passam pelo serviço de registro de roteiros da Writers Guild Of America, o sindicato dos roteiristas norte-americanos. “(...) Mas apenas um punhado são roteiros de qualidade, por muitas razões, mas sobretudo essa: os aspirantes a roteiristas de hoje em dia correm para as máquinas de escrever sem antes aprender seu ofício” (MCKEE, 2006, p. 27).

Para McKee (2006), o estudo da técnica, do ofício, não é somente importante, mas necessário; do contrário se multiplicam roteiros cheios de clichês, sejam eles comerciais, sejam eles artísticos.

Assim como um compositor deve atingir excelência nos princípios da composição musical, você também precisa dominar os princípios correspondentes da composição da história. Essa arte não é mecânica ou uma série de macetes. É um concreto de técnicas pelas quais nós criamos uma intriga de interesses entre nós e o público. A arte é a soma final de todos os meios pelos quais deixamos o público profundamente envolvido, mantemos esse envolvimento e, finalmente, recompensamo-nos com uma experiência comovente e significativa. Sem a perícia na arte, o melhor que um escritor pode fazer é apanhar a primeira ideia que vem na sua cabeça, e daí sentar desamparado em frente a seu próprio trabalho, sem poder responder às terríveis questões: ‘está bom?’ Ou está um lixo? E se está um lixo, o que eu faço? (MCKEE, 2006, p. 33)

É dentro e a partir desse contexto (histórias, narrativas, audiovisual, animação, roteiro) que este artigo se apresenta com o objetivo de investigar de que forma estudantes de graduação do curso de Design (ênfase em animação) da Escola Superior de Propaganda e Marketing, unidade Rio de Janeiro (ESPM-Rio), experimentam e vivenciam a arte de criar histórias, narrativas e roteiros. Como lidam com o entendimento e o processo de elaboração dos itens de uma bíblia de produção/comercialização de séries? De que forma o processo impacta na sua experiência universitária/profissional e no dia a dia como consumidor de animação?

## **A MEDIAÇÃO DA ESCRITA**

Desde o segundo semestre de 2015, o pesquisador é um dos professores que está à frente de uma disciplina oferecida no quinto período do curso de Design (ênfase em animação) da ESPM-Rio: Projeto V – Advergames, Storytelling e Transmídia. Durante o período, a disciplina Projeto V é comandada por dois professores: um é responsável pela orientação/mediação da criação da bíblia de produção/comercialização

da série de animação e outro pela elaboração do *game design document* do *gam*, como peça transmídia ligada à série de animação.

Até o primeiro semestre de 2021, 12 turmas haviam participado, reunindo cerca de 80 estudantes. Ao final do semestre, os estudantes, divididos em grupo, apresentam, para uma banca formada por professores do período e convidado externo, a bíblia de produção/comercialização de uma série de animação, bem como a proposta de *game* como peça transmídia. Outras disciplinas do período interagem com o projeto, investindo esforços na criação de *concepts* de personagens e/ou universos e na realização de um *animatic*, de acordo com a proposta apresentada para a série de animação. Os encontros da disciplina, de 72 horas semestrais, são compostos de aulas teóricas e práticas para a melhor condução do trabalho.

No que tange às aulas teóricas para a construção da criação da bíblia de produção/comercialização da série de animação, o pesquisador faz uso da seguinte bibliografia: Comparato (2009), McKee (2006), Surrell (2009), Field (2001), Vogler (2015), Snyder (2005), Movshovitz (2015), Rodrigues (2014) e Nesteriuk (2011). Por meio de aulas expositivas dialogadas, o pesquisador/professor traz as observações e contribuições dos diferentes autores sobre o processo de criação das narrativas, do roteiro, que são avaliadas e discutidas, além da bíblia de produção/comercialização de uma série animada. Paralelamente, há uma pesquisa a respeito de bíblias de produção de séries de animação já produzidas, bem como sobre o processo criativo de alguns roteiristas da área de animação.

Em seguida, divididos em grupos menores, os estudantes são instigados a criar suas respectivas propostas de séries de animação, que deverão ser traduzidas, esmiuçadas e apresentadas sob a forma de uma bíblia de produção/comercialização e uma apresentação visual. Para essa finalidade, as contribuições técnicas de Nesteriuk (2011) e a vivência prática das rodadas de negócio e dos *pitching* realizados nos encontros de animação (nacionais e internacionais), como o Festival Internacional de Animação do Brasil – Anima Mundi e o Rio2C, dos quais o pesquisador/professor vem participando ao longo dos últimos anos, inclusive como membro do júri profissional do Anima Mundi (de 2016 a 2019), são consideradas e de extrema importância.

Os estudantes elaboram os seguintes itens para a bíblia de produção/comercialização da série de animação: logotipo da série, informações técnicas gerais (título, gênero, formato, técnica de animação adotada, tipo de série, temporada, duração, público-alvo), sinopse comercial, objetivo, justificativa, quadro de inspirações/similares/referências para a série, *logline*, sinopse, argumento, perfil dos personagens principais, quadro de inspirações/similares/referências para os personagens principais, universo/cenário, quadro de inspirações/similares/referências para o cenário, *concept art* dos personagens e cenários, sinopses dos episódios da temporada, roteiro do piloto, roteiro do *teaser/trailer*, roteiro técnico piloto e/ou *teaser/trailer*, bem como o *game design document* do *game*, a peça transmídia ligada à série de animação. No processo de elaboração da bíblia, os estudantes também são instigados a apresentar suas propostas a um pequeno grupo focal que pertence ao público-alvo da série com o objetivo de avaliar a narrativa encaminhada por cada grupo.

Durante o semestre, os encontros depois das aulas expositivas dialogadas são transformados em oficinas de *brainstorm*, criação e escrita, num processo contínuo de diálogo, pesquisa e criatividade. Ao final do período letivo, os estudantes apresentam para os professores do período e para um convidado externo a proposta da série de animação, traduzida na bíblia de produção/comercialização e em uma apresentação visual.

## **METODOLOGIA**

A pesquisa que originou este artigo teve caráter exploratório e quantitativo. A proposta foi apresentada, ao final do primeiro semestre de 2020, aos estudantes egressos do quinto período do curso de Design (ênfase em animação) da ESPM-Rio, que já haviam terminado, com êxito, a disciplina. Todos os graduandos desde o segundo semestre de 2015 foram contactados via *e-mail* ou redes sociais. Na ocasião, era explicada a intenção do levantamento e indicado o acesso ao questionário, composto de perguntas abertas ou livres e fechadas via Google Docs.

Para Bauer (2002), material textual de qualquer natureza registra valores, normas, preconceitos, estereótipos, conflitos, atitudes, concepções ou representações a respeito dos vários tipos de objetos, criaturas, símbolos, instituições, comportamentos, ocorrências e processos, que podem ser conhecidos a partir de análise de conteúdo clássica. Segundo Minayo (2003), a análise de conteúdo visa verificar hipóteses e/ou descobrir o que está por trás de cada conteúdo manifesto. A análise de conteúdo é considerada uma técnica para o tratamento de dados que tem o objetivo de identificar o que está sendo dito a respeito de determinado tema (VERGARA, 2005).

## **ACHADOS DA PESQUISA**

Dos 70 estudantes contactados, 62 retornaram e preencheram o questionário, sendo 54,8% do sexo masculino e 45,2%, feminino. Interessante observar que havia respondentes de todos os semestres – do segundo semestre de 2015 ao primeiro de 2020. Cerca de 24% dos estudantes já tinham mais de 25 anos. Outros 76% estavam na faixa dos 20 aos 25 anos. E 3,2% não tinham completado 20 anos.

O que logo chama a atenção é o lugar que as histórias, as narrativas, ocupam na vida e no imaginário dos estudantes. Percebe-se o quanto as histórias fazem parte dos respectivos cotidianos dos universitários e que as narrativas são, portanto, parte da constituição de suas próprias identidades, o que reforça os pressupostos apresentados por Manguel (2008), como pode ser analisado nas respostas recebidas:

A história/narrativa é o que me motiva a continuar trabalhando, o que me motiva a continuar criando e o que me motiva a continuar vivendo. Eu sei que falando dessa maneira parece algo muito extremo, muito radical, que eu tenho outras coisas pelas quais viver. Eu sei disso. Mas isso não muda o fato de que é a mais pura verdade. Sejam minhas ou de outras fontes, histórias fazem toda a diferença na minha vida. Elas me ensinam lições que muitas vezes mudam minha perspectiva com relação a algum assunto, me fazem entender melhor diversos pontos de vista, me ajudam a conhecer outras realidades diferentes da minha e me permitem sonhar mesmo de olhos abertos. Por esses e muitos outros motivos, as histórias são um elemento primordial na minha vida e eu não abriria mão delas por nada nesse mundo, uma vez que abrir mão delas seria, para mim, a mesma coisa que abrir mão de mim mesma. (Depoimento de estudante).

Elas me fazem me sentir viva! O que sabemos sobre o mundo (e até mesmo sobre o além) aprendemos através de histórias. E nós estamos construindo nossa própria história. Compartilhar histórias é compartilhar vida, experiências, valores, ideias, sentimentos, dores, conquistas... As histórias servem para nos transportar para uma outra realidade diferente da nossa, sendo importante para os momentos em que queremos sair da bolha em que vivemos ou em que precisamos fugir um pouco dos momentos e coisas ruins que estão à nossa volta. (Depoimento de estudante).

As histórias estão presentes em tudo! Seja em um filme, série, comercial até em um livro e também nos relacionamentos. Nós somos, portanto, narrativas. Fazemos parte disso. Ou elas que fazem parte de nós? Enfim, seja como for, é impossível viver sem narrativas. (Depoimento de estudante).

No último depoimento se observa a diferenciação que o estudante faz entre história e narrativa, o que parece revelar certo grau de aprofundamento no entendimento do processo de criação de roteiros. Tubau (2006) destaca que o fundamento de qualquer arte narrativa consiste em saber distinguir, exatamente, a história da narração. Para o escritor, a narração é a seleção, a ordem que se cria, a intenção que se dá à história, esta algo maior, complexo e que não cabe um roteiro. "Así que, en la narración, podemos hablar de selección, de orden y contexto y también de intención, o punto de vista en el sentido cómico o trágico" (TUBAU, 2006, p. 107). Cerca de 47% dos estudantes concordam totalmente e 43% concordam em partes com a afirmação de que sem uma boa história, não há uma boa animação.

Neste sentido, os estudantes que participaram da pesquisa revelam o quanto foi importante conhecer, compreender e exercitar as diferentes etapas da construção de uma bíblia de produção de uma série de animação. É recorrente a opinião de que a metodologia dos encontros ajudou na organização das ideias, no entendimento do passo a passo da construção do roteiro, começando por premissa, *logline*, sinopse, passando por argumento, perfis dos personagens, escaleta, chegando, enfim, no roteiro literário/*master scenes*, na transposição da ideia para o papel e no roteiro técnico. Como aponta Surrell (2009) a respeito da criação dos roteiros da Disney, "arranjar uma grande ideia pode exigir sangue, suor, muito trabalho e lágrimas de um contador de histórias, mas o pior está por vir. Agora que você já tem uma ideia do tipo de história que gostaria de contar, você terá... bom, de contá-la" (2009, p. 55-56).

Acho que aprendi a organizar o pensamento criativo, conhecer conceitos e especificações (perfil dos personagens, tempo, espaço, estilo de narrativa, formatação audiovisual etc.) e a importância de cada uma delas. Foi bom aprender sobre como é o processo de criação de uma série e poder colocar em prática ideias que já tínhamos desde crianças. (Depoimento de estudante).

Para grande parte dos estudantes, os três elementos da bíblia de produção/comercialização menos complexos de serem criados são os perfis dos personagens, a sinopse da série e a premissa. Segundo os respondentes, tais itens são os mais criativos de serem elaborados e se desenvolvem de uma forma menos complexa a partir do momento em que a história e a narrativa estão mais bem delineadas, além de não apresentarem regras específicas, como apontam os depoimentos a seguir.

Porque com eles não requerem tanta “norma” e conhecimento mais técnico como os outros, são menos complexos de serem criados. Os personagens geralmente são um dos focos principais quando eu penso em uma história, então pensar neles me ajuda muito com a parte de roteiro. Quando já tenho personagens montados, o roteiro fica mais fácil de ser feito e por conta disso a sinopse também fica mais fácil. Cada um dos pontos está diretamente ligado ao outro, um puxa o outro. (Depoimento de estudante).

Perfil dos personagens na minha opinião é a parte mais legal e fácil, pois você tem liberdade total de criação, diferente das outras opções que no caso você precisa ter conhecimento prévio de alguma técnica/assunto. Sinopse da série me parece também fácil resolver. (Depoimento de estudante).

Nesse aspecto, percebe-se o quanto a condução do trabalho de construção da bíblia, seu ordenamento na prática, de fato impacta a percepção dos estudantes sobre a complexidade ou não da escrita. De fato, no processo de criação, o pesquisador/professor orienta os grupos a finalizar a escrita da premissa e da sinopse ao final do trabalho. Os estudantes são instigados a transporem para o papel, logo nas primeiras semanas do processo de oficina de produção da bíblia, o que seria a premissa e a sinopse da série. No entanto essa redação só é finalizada após a escrita e discussão do argumento da série, quando as ideias e os pressupostos estão mais claros e definidos. Já o perfil dos personagens é elaborado depois que diferentes encontros de *brainstorm* e de orientações acontecem com o objetivo de pensar a função dos personagens na trama da história e da narrativa. Talvez essa metodologia adotada justifique as respostas. Mas ainda assim há estudantes que reforçam a complexidade na construção dos personagens, o que encontra eco na maioria dos escritores e críticos de roteiro, afinal os personagens têm importância, sobretudo em animação, pois “os espectadores experimentam as emoções através dos personagens: eles são o coração e o sistema nervoso de um roteiro”<sup>1</sup> (TUBAU, 2006, p. 189, tradução do autor).

O Perfil de Personagens não é necessariamente difícil de ser pensado, mas é difícil de “colocar no papel”. Os personagens são os responsáveis por levar a história à frente. Eles são a cara da história, são com eles que o público se identifica e se importa. Portanto sem personagens bem escritos e com suas características bem delimitadas, é muito difícil ter uma história que as pessoas queiram e estejam dispostas a ver. (Depoimento de estudante).

O perfil dos personagens é uma das mais complicadas etapas a serem elaboradas, porque você está criando alguém do zero. Quem é essa pessoa? Quais são as dificuldades dela para que tenham um arco de melhora ao longo da série? (Depoimento de estudante).

Ainda sobre o perfil dos personagens, 71% dos estudantes concordam totalmente e 24,2% concordam em partes com a afirmação de que uma meticulosa construção desse item ajuda bastante no processo de criação de *concepts* e dos

---

1 Do original: “los espectadores experimentan las emociones a través de los personajes: son el corazón y el sistema nervioso de un guión”.

*props* dos próprios personagens. Interessante observação, já que, na animação, os personagens dependem quase exclusivamente dessa criação, não havendo a valiosa contribuição da interpretação do ator e/ou da atriz numa produção de *live-action*.

Por outro lado, a maior parte dos estudantes aponta o argumento, o roteiro literário/*master scenes* e o roteiro técnico como elementos mais complexos de serem elaborados. Segundo eles, esses elementos exigem um estudo mais aprofundado das técnicas, maior elaboração e planejamento, bem como concisão e atenção para com o público, a audiência, envolvendo outros aspectos para além da pura e simples criatividade.

O argumento necessita de bastante conhecimento sobre a história que se está criando e das referências, além de ser necessário contar a história como um todo. No roteiro literário, é necessário criar diálogos interessantes e divertidos. No roteiro técnico, deve-se pensar em toda a direção, então isso tudo exige conhecimento e bastante atenção na forma como a animação será apresentada. (Depoimento de estudante).

Acho o argumento difícil porque queremos sempre encher a história de detalhes e detalhes, sem amarrar muito bem o início, meio e fim. Mas uma vez definido, as histórias dos episódios fluem naturalmente. Sim, são partes complexas da bíblia, longas e decisivas para o enredo da história. Para que façam sentido e para que todos fiquem satisfeitos, esses itens precisam ser resolvidos em grupo, através de reuniões que costumam levar tempo. (Depoimento de estudante).

A observação do último depoimento de que os “itens precisam ser resolvidos em grupo” realça outro achado bem interessante da pesquisa: os estudantes reconhecem o valor do trabalho colaborativo na criação artística e no desenvolvimento da animação.

Foi bem divertido criar uma história em grupo pela primeira vez. Desde pequena tenho o costume de escrever histórias, sem a intenção de publicá-las. Apenas eu, amigos e família chegam a ler o que escrevo. Sempre que surge uma ideia nova, eu passo para o papel, mesmo que eu não termine depois. Penso que um dia essas ideias soltas podem servir como um banco de ideias. Nesse projeto da faculdade, tive a oportunidade de criar uma história em grupo, conciliando minhas ideias com as do grupo de forma que todos os integrantes ficassem satisfeitos com o resultado. (Depoimento de estudante).

Além do resultado do próprio projeto, algo muito positivo na minha opinião foi a dinâmica do nosso grupo. Nós já éramos amigos faz tempo, mas muitas vezes mesmo amigos não conseguem trabalhar bem profissionalmente. Porém esse não foi nosso caso. Dividimos bem as tarefas e todos se comprometeram a entregar sua parte no tempo previsto e com o maior nível de qualidade possível. No entanto, se um de nós tivesse dificuldade em cumprir sua função e de entregar sua parte no prazo, conversávamos e tentávamos sempre resolver o problema juntos. Com certeza o diálogo e o trabalho em equipe foram dois dos aspectos essenciais que possibilitaram a entrega de um produto com um resultado satisfatório no final. (Depoimento de estudante).

Quando perguntados sobre a importância da leitura de diferentes livros técnicos sobre roteiro, da literatura em geral e do visionamento de diferentes gêneros e estilos de séries de animação para a criação de boas histórias e conseqüentemente narrativas, os estudantes foram assertivos. A pesquisa indica que a maior parte do grupo considera o visionamento (98,4%) mais importante. Em segundo, destaca-se

a literatura em geral (77,4%). E em terceiro, a leitura de livros técnicos da área (64,6%). Talvez o resultado esteja ligado ao fato de o visionamento e a literatura serem atividades mais prazerosas do que a leitura de orientações sobre o exercício da escrita, o que é destacado em vários depoimentos dos participantes como algo mais técnico, minucioso e detalhista.

Antes de terem cursado a disciplina, 62,9% dos entrevistados disseram que nunca haviam criado uma história/narrativa de animação e 54,8% confessaram que não se sentiam capazes de criar. Depois de terem participado ativamente do projeto, 91,9% afirmaram que se sentiam mais seguros para, agora sim, criarem suas histórias. E 93,5% destacaram que, após o módulo, ao assistir uma nova animação, passaram a prestar mais atenção à estrutura da narrativa, ao processo de construção da história, à construção do roteiro. Do total dos participantes, 74,2% ainda afirmaram que a disciplina, ao instigar a criação de uma história/narrativa de uma série de animação, despertou um novo campo de interesse no mercado de animação: o de roteirista. “É meu futuro, meu *hobby*, meu emprego e minha vida” (depoimento de estudante).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como pesquisador/professor foi possível perceber a avaliação que os estudantes egressos da disciplina têm sobre o processo de criação de uma bíblia de produção/comercialização de uma série de animação, pois trata-se de uma visão posterior dos universitários, revelando o impacto e a importância que a disciplina/o projeto exerceu na formação acadêmica e profissional, afinal muitos já se encontram no mercado de animação, dentro e fora do Brasil. A pesquisa também retroalimenta a própria práxis pedagógica, no sentido de ampliar o olhar sobre o conteúdo e o processo de trabalho: os estudantes destacam o tempo exíguo para o melhor desenvolvimento do projeto diante das outras atividades do período e a importância da liberdade de escolher os temas (em alguns semestres, o tema era proposto pela equipe de professores do período). Em linhas gerais, os respondentes destacam que a experiência de participar do projeto/da disciplina foi bastante valiosa e, ao mesmo tempo, desafiadora e trabalhosa, como os depoimentos a seguir demonstram:

Foi muito satisfatório fazer uma história, que vivia na cabeça, se tornar de fato uma série de animação. Quando a ideia está na cabeça ela muitas vezes é confusa e tem pontas soltas. Quando ela se torna um roteiro, geralmente, esse problema é resolvido e é muito satisfatório. (Depoimento de estudante).

Prazerosa, trabalhosa e mais difícil do que esperava. Criar não foi um problema, mas trazer as amarrações técnicas necessárias para que a história fizesse sentido custou uns neurônios. Antes da disciplina acreditava que a criação era um processo mais orgânico, mas entendi a importância dos aspectos técnicos para a narrativa. Exigiu muita pesquisa, construção, questionamentos e desconstrução. Um processo bem exaustivo, porém gratificante. (Depoimento de estudante).

Foi muito importante, pois foi quando o curso de fato fez sentido para mim. Me mostrou que por meio da animação, da história, de cada personagem, estamos passando uma mensagem. E por isso não pode ser feito de qualquer jeito. (Depoimento de estudante).

Foi uma experiência fantástica, na verdade era exatamente o que eu procurava, pois eu não tinha o conhecimento técnico para construir uma narrativa num nível profissional. Em expressão escrita, obtive esse conhecimento. E em Projeto V, pude aprofundar esses conhecimentos e finalmente aplicar na construção de uma narrativa visando à sua construção em algo concreto. Estas duas matérias foram as que mais amei na faculdade. (Depoimento de estudante).

Uma das melhores matérias que tive na ESPM. Me diverti bastante criando um mundo todo para ser explorado e com personagens incríveis. E a experiência que eu tive de apresentar a série do meu grupo para estudantes do Ensino Fundamental, nosso público-alvo, foi incrível. Ver as crianças da escola ouvindo a apresentação, totalmente atentas e perguntando sobre a série, e depois querendo saber que dia iríamos lançar a série, onde ia passar... Foi um feedback sincero, uma sinalização de que estávamos indo pelo caminho certo, fruto de todo o trabalho árduo, mas gratificante. (Depoimento de estudante).

Espera-se que a pesquisa exploratória aqui apresentada suscite outros desdobramentos e outras reflexões sobre o tema. Uma vez que o mercado de animação vem crescendo e que as universidades brasileiras também investem cada vez mais em curso de animação/cinema/audiovisual, é importante e necessário discutir o ensino da arte de criar histórias, elaborar narrativas, escrever roteiros com os universitários, buscando e encontrando outros caminhos para a compreensão da área e revelando e oportunizando novas possibilidades de inserção no mercado.

## REFERÊNCIAS

- BAUER, M. W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- DOC COMPARATO. **Da criação ao roteiro**. São Paulo: Summus, 2009.
- DIGITAL VECTOR. **Global animation industry: strategies, trends & opportunities**. [S.l.], 2017.
- FIELD, S. **Manual do roteiro**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- JENKINS, H. **Cultura da conexão**. São Paulo: Aleph, 2014.
- MANGUEL, A. **A cidade das palavras**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- MCKEE, R. **Story**. Curitiba: Arte & Letra, 2006.
- MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.
- MORDOR INTELLIGENCE. **Animation and vfx market – growth, trends, covid-19 impact, and forecasts (2021–2026)**. Disponível em: [https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/animation-and-vfx-market?gclid=EAlaIqobChMI1170rfmI8QlvogmICR2dZwwkEAAYASAAEgIsL\\_D\\_BwE](https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/animation-and-vfx-market?gclid=EAlaIqobChMI1170rfmI8QlvogmICR2dZwwkEAAYASAAEgIsL_D_BwE). Acesso em: 08 jun. 2021.
- MOVSHOVITZ, D. **Pixar Storytelling**. USA, 2015.
- NESTERIUK, S. **Dramaturgia de série de animação**. São Paulo: Sergio Nesteriuk, 2011.
- NIKO, D.; ZENDRON, P. O mercado consumidor de animação no Brasil. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, v. 25, n. 49, p. 7-27, 2019.
- RODRIGUES, S. **Como escrever séries**. São Paulo: Aleph, 2014.
- SNYDER, B. **Save the Cat!** Michigan: Sheridan Books, 2005.
- SURRELL, J. **Os segredos dos roteiros da Disney**. São Paulo: Panda Books, 2009.
- TAVARES, M. T. **Impasses na construção da política pública de produção audiovisual para crianças e adolescentes nos anos 2000**. Tese (Doutorado Educação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Educação, Rio de Janeiro, 2013.

TUBAU, D. **Las paradojas del guionista**. Barcelona: Alba Editorial, 2006.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

VOGLER, C. **A jornada do escritor**. São Paulo: Aleph, 2015.

### **Sobre o autor**

**Marcus Tadeu Tavares:** Doutor em Educação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Leciona na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-Rio) desde 2014. Na instituição, está à frente da coordenação do Programa de Iniciação Científica (PIC/PIBIC-ESPM-Rio). Também atua como professor na Escola Técnica Estadual Adolpho Bloch, da Rede Faetec, da Secretaria de Ciência, Inovação e Tecnologia do Rio de Janeiro, desde 2001. É pesquisador associado ao Grupem – Grupo de Mídia e Educação da PUC-Rio.

**Conflito de interesses:** nada a declarar – **Fonte de financiamento:** nenhuma.

