



A Animação Gráfica Digital e sua Relação com o Processo AudioVisual¹

Paulo Fernando ODERDENGÉ²

Diogo SCANDOLARA³

Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, SC

RESUMO

Com a evolução dos recursos de multimídia, a interatividade é uma ferramenta inevitável nos seus diversos campos de atuação, dentre elas temos o *VJ* que é um termo usado para descrever as performances audiovisuais em tempo real. Com desenvolvimento em animação gráfica 3D para a utilização em prática do mesmo. Este artigo descreve os métodos utilizados para pré-criação de uma apresentação em tempo real, seus recursos e sua ligação com a arte contemporânea.

PALAVRAS-CHAVE: Animação Gráfica; Imagem 3D⁴; Multimídia.

INTRODUÇÃO

A prática do audiovisual em tempo-real possui uma história notável, porém, pertence ainda ao universo *underground*, mesmo que museus e galerias tenham começado e incluí-las em seus programas. Como o vídeo em tempo-real é muitas vezes, considerado entretenimento — associado às casas noturnas — ao invés de forma artística, torna-se difícil encontrar material relevante sobre estas performances em publicações científicas. Uma das possíveis razões para esta falta de documentação é o fato de que, para descrever os constituintes do *live cinema*, é necessário levar em conta seu caráter efêmero e multi-sensorial, o que implica em articular conhecimentos de diferentes áreas (música, artes visuais, performance, etc).

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Áreas Emergentes e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Produção Multimídia (avulso).

² Aluno e estudante do 8º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: pauloading13@yahoo.com.br.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da FURB, email: diogo@furb.br.

⁴ A imagem 3D é uma técnica utilizada na computação gráfica atual (CGI) para criar ambientes, personagens, efeitos e interação com maior realismo e profundidade. Gerando assim melhor identificação da realidade com os ambientes digitais

⁵ VJ ou “veejay” (de Video Jockey, em analogia com disc jockey ou DJ ou “deejay”) é um termo criado no início dos anos 1980 para descrever os jovens apresentadores de vídeos de música na MTV. A palavra VJ também é usada para descrever os artistas que fazem performance com vídeo para criar imagens ao vivo para todos os tipos de música.



A essência de um vídeo desenvolvido para uma apresentação em tempo real, coloca em evidência quaisquer que sejam as tecnologias utilizadas atualmente para produção do mesmo, ligadas atualmente com os contextos da lógica digital, porém levando sempre em consideração, a distribuição da arte nessa prática. O artista Lucas Bambozzi, afirma em seu texto *Outros Cinemas*, que “as poucas frestas que sobram para a experimentação devem ser consideradas antes que sejam institucionalizadas sob égide da produção cultural estandardizada”. (BAMBOZZI, 2003)

Ao contrário do que muitos pensam referente à criação de uma arte digital, o computador não tem uma atuação individual e livre de uma maior influência por parte do ser humano; o autor Stephen Price, em seu artigo *True Lies: perceptual realism, digital images, and film theory* (1996) afirma que “por razões alternativamente óbvias e sutis, a imagem digital (...) desafia noções do realismo fotográfico baseadas na indexação” (Ibid, 1996, p. 29). Ainda segundo o autor, a imagem gerada por computador não é produzida automaticamente, e sim resultado de um algoritmo, um cálculo que interpreta uma idéia humana; o produto visual (o pixel visto) é o resultado de uma equação escrita. Apesar de apresentar um aspecto fotográfico, a imagem em computação gráfica é gerada artificialmente.

A reprodução/representação digital se configura assim como uma revigoração do ideal pseudo-realista: constitui uma reprodução da aparência, a “enganação” fundamental do olho, e reincorpora a mediação humana. Por esse motivo, a imagem digital tem sido classificada como “pós-fotográfica”.(Prince, 1996, 42)

OBJETIVO

O objetivo foi a inscrição da peça no concurso nacional de VJ's (The Green Project VJ 2008), de cunho cultural, promovido pela The Green Project (<http://www.thegreenproject.com.br>) no ano de 2008, que consistia na inscrição de um vídeo por participante adepto a arte de VJ, e que no mesmo constasse as características básicas da criação e execução. Tendo como o uso da logomarca do whisky PASSPORT SCOTCH (pertencente a empresa PERNOD RICARD BRASIL <http://www.pernod-ricard.com.br>) uma norma do regulamento, foi desenvolvido o vídeo utilizando-se de diversas técnicas de animação gráfica digital 3D e distribuição de lógicas publicitárias ao longo da projeção que focava principalmente:

- Divulgar a marca do produto
- Criar uma ligação direta do produto com o entretenimento cultural
- Focar essa nova modalidade de arte contemporânea e dar maior ênfase e valor aos seus adeptos do VJ.
- Fazer uma ligação lógica dos métodos utilizados com a música e a disposição das imagens ao decorrer do vídeo.
- Ser original e criativo; o concurso procurava premiar verdadeiros artistas da modalidade que demonstraram a melhor união dos aspectos vídeo, áudio e logomarca.

JUSTIFICATIVA

A primeira etapa para o desenvolvimento do vídeo, foi a criação de uma plataforma que predominasse uma certa interação significativa entre o público e o “cenário” em computação gráfica 3D. Conforme **Stephen Heath**, que postula a participação imaginária do espectador no texto:

“de acordo com a teoria [de Heath], realismo não é nada mais do que um efeito bem sucedido de posicionar do espectador numa relação imaginária com a imagem, uma posição que cria um sentido que o espaço e a diegese do filme são unificados e harmoniosos” Heath (1997) apud Buckland (1999)



Com a criação dos ambientes, foi escolhida a cor verde (que é a cor tema do produto e concurso) e suas tonalidades como predominante em todos os objetos

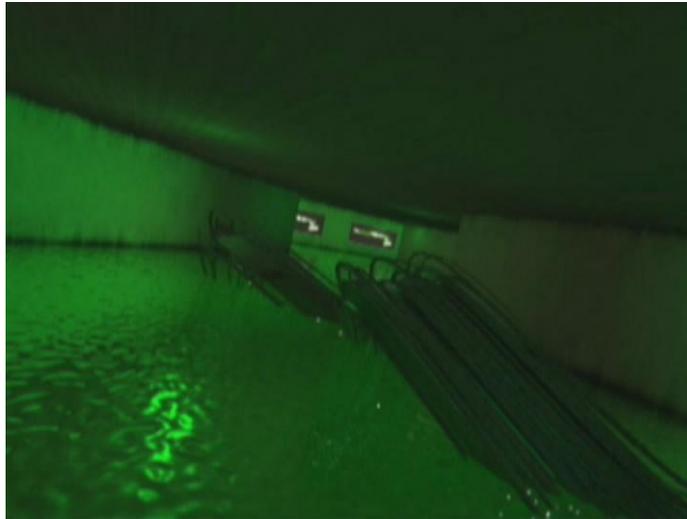
pertencentes ao vídeo, cujo o personagem principal é a logomarca, seguida da garrafa com os moldes fiéis do produto real.

“O realismo cinematográfico é visto como um discurso codificado para a transparência em que a indexicalidade do realismo fotográfico é substituída por uma visão de um "efeito de realidade" produzido por códigos e discurso (...) escrevendo sobre os princípios do realismo, o filme é “constituído por um conjunto dos discursos que – produz alguma realidade.”” (Prince, 1996, 31)

A principal intenção foi fazer com que o espectador incorporasse o personagem e sentisse todas as variações das passagens de cenários e atitudes nos efeitos, como mudanças bruscas de iluminação, brilho, reflexo e movimentos. O benefício dessa abordagem é não ancorar o realismo à uma única propriedade material; ao contrário, ela demonstra que o realismo “se configura através de correspondências entre características selecionadas da exposição cinematográfica e a experiência visual e social de mundo do espectador” (Prince, 1996: 31).



A sequência em que as imagens se movem, rotacionam, e se interligam dipostas em uma continuidade freqüente, são características típicas de um VJ visto no aspecto multi-sensorial do visual. Remetendo os espectadores a um mundo criado virtualmente, porém disposto de uma forma conjunta com uma determinada música e um determinado ambiente, na expectativa de causar uma ligação entre os sensores auditivos e visuais do ser humano.



“Uma imagem perceptualmente realista é aquela que corresponde estruturalmente à experiência audiovisual do expectador do espaço tridimensional. Imagens perceptualmente realistas correspondem a esta experiência porque os criadores as constroem dessa forma. Tais imagens indicam uma hierarquia aninhada de guias que mostram a exposição da luz, da cor, da textura, do movimento, e do som de maneira que correspondam a compreensão própria do expectador destes fenômenos na vida diária. Realismo perceptual designa, conseqüentemente, um relacionamento entre a imagem ou o filme e o espectador, e pode abranger ambas as imagens irreais e aquelas que são referencialmente realistas. Por isso, as imagens irreais podem ser referencialmente ficcionais mas perceptualmente realistas. (Prince, 1996: 32)

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

A idéia do vídeo, teve como foco a análise de ambos os mercados, VJ e Animação Gráfica 3D, uma vez que o primeiro trata de um audiovisual em tempo real, seria conveniente associar ao segundo, que trata a remeter uma realidade maior que outros métodos digitais de criação da animação. Essa técnica voltada ao público jovem, além de ser inovadora no ramo do VJ, se destaca de forma significativa tanto pela atração quanto pela exclusividade no desenvolvimento.

Levando-se em consideração que no Brasil as produções de animação 3D ainda engatinham de forma lenta e concentrada, podemos associar facilmente os principais motivos da escolha do método para realizar o vídeo.



A repercussão que o vídeo teve dentro da empresa responsável pela marca foi muito clara. Era diferente, envolvente e ao mesmo tempo atrativo nos mais diversos aspectos do VJ. A seqüência dos vídeos estava harmonicamente ligada a música e a logomarca, colocando o tempo inteiro como primeiro plano o produto tema do concurso.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O vídeo desenvolvido para o concurso The Green Project VJ 2008, trata-se de um audiovisual de duração três minutos em animação gráfica digital, cujo o objetivo fora a criação dos elementos fundamentais para exemplificação de um trabalho de VJ. Toda a forma apresentada tem ligação direta com a proposta do concurso e seus atributos.

Como o elemento principal da peça, optou-se pela animação da embalagem do próprio produto, levando-se em conta as cores do mesmo como determinante do processo de criação visual desse “mascote” que fez alusão do trabalho de VJ sendo reproduzido em animação. No processo de desenvolvimento da peça foram utilizados softwares específicos para tal, como 3Dstudiomax, After Effects, Adobe Premiere, dentre outros.

CONSIDERAÇÕES

O vídeo desenvolvido, além de gerar repercussão entre os participantes e principalmente pelos organizadores do concurso, ainda soma outras premiações como o segundo lugar na décima sexta edição do Talento Universitário, promovido pela instituição FURB no ano de 2008, na categoria vídeo experimental. Percebeu-se que na utilização das técnicas de animação gráfica digital, o 3D simula uma profundidade de ambiente mais próximo ao real, remetendo o espectador a uma melhor interação com o vídeo, e consequentemente com o produto.

Disto resulta um maior valor agregado ao produto uma vez que esta peça pode ser veiculada em eventos promocionais do mesmo, adequada à linguagem do público alvo em questão.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAMBOZZI, Lucas. *Outros Cinemas*. MACIEL, Katia; PARENTE, André. In. *Redes Sensoriais: arte, ciência e tecnologia*. Rio de Janeiro. Contra Capa, 2003.

PRINCE, Stephen. *True Lies: perceptual realism, digital images, and film theory*. In. *Film Quarterly*, V. 49, n. 3, 1996.

BUCKLAND, Warren. *Between science fact and science fiction: Spielberg's dinosaurs, possible worlds, and the new aesthetic realism*. *Screen* 40: 2. 177–192.

CLARKE, James. *Animated Films*. Londres: Virgin Books, 2004.

WESCHLER, Lawrence. *Why Is This Man Smiling? Digital animators are closing in on the complex system that makes a face come alive*. *Wired*, 2002.