

### 3. FORMAÇÃO, CONTEXTO DE PRODUÇÃO E METODOLOGIA

Neste capítulo, vamos nos debruçar sobre três questões importantes para a compreensão do *concept art* como atividade inserida em um contexto de produção industrial. No subcapítulo 3.1, *Difusão de Conhecimento em concept art*, investigaremos o processo de difusão de informação em *concept art*, identificando os principais canais de transmissão de conhecimento e as formas de ensino mais usuais na área. Os modelos de transmissão de informação e ensino têm impacto direto na formação dos profissionais, bem como nos métodos de trabalho que estes profissionais utilizam.

No subcapítulo 3.2, *Contexto de produção do concept art*, analisaremos este aspecto na Disney e na Pixar, estúdios que são referência na produção de filmes de animação para cinema. Os métodos de produção, a estrutura funcional e as nomenclaturas empregadas por esses estúdios acabam por se tornar modelo para outras unidades produtivas na área de Animação não apenas nos Estados Unidos, mas em centros de produção do mundo inteiro. Entender a estrutura de produção é importante para, em seguida, no subcapítulo 3.3 - *Concept art como atividade projetual*, investigar de maneira mais apurada a metodologia de produção em *concept art*.

A investigação sobre a metodologia no *concept art*; entretanto, será realizada, tomando como referência a metodologia do *Design*, por entendermos que o *concept art* recebe influência da ilustração e das artes plásticas, conforme vimos no segundo capítulo, mas também se alinha com o *Design* por estar inserido no modelo contemporâneo de produção industrial. Essa última área de conhecimento é mais madura e conseqüentemente mais investigada, sistematizada e documentada do que o *concept art*. Por isso pode oferecer parâmetros importantes para entendermos o *concept art* também como uma atividade projetual, ou seja, uma etapa de produção que desenvolve questões estéticas, bem como instruções e padrões visuais que serão aplicados ao filme.

### 3.1. Difusão de conhecimento em concept art

Nas unidades anteriores, ocupamo-nos do entendimento do *concept art*, tanto pela filologia do termo quanto por suas relações com outras áreas de conhecimento que estão diretamente ligadas à sua prática. Neste subcapítulo, vamos nos ocupar dos canais de transmissão de conhecimento e de quais as formas de ensino disponíveis sobre *concept art*. Esse conhecimento será analisado em relação ao conceito de performatividade, do filósofo francês Jean-François Lyotard, que detalharemos adiante. Conhecendo quais os principais dispositivos de transmissão de informação sobre *concept art* e qual o tipo de conteúdo veiculado por meio desses dispositivos, podemos entender como esse conhecimento está sendo disseminado, se é tão somente técnico ou se carrega algum tipo de reflexão teórica sobre a área, e, mais importante, como é legitimado. Na introdução deste trabalho, tratamos brevemente da difusão de conhecimento em *concept art*, tema no qual nos deteremos ao longo desta unidade. O universo que pretendemos observar é imenso se tomado em sua totalidade, e não podemos ter a pretensão de analisar profundamente todos os canais disponíveis, o que torna imperativo um recorte que viabilize a coleta das informações. Faremos, então, um apanhado dos principais canais de informação disponíveis com a finalidade de contextualizar o cenário geral para, em seguida, compararmos dois dos principais cursos de formação em *concept art* dos Estados Unidos. Esta análise dos meios de difusão do conhecimento será feita segundo a perspectiva teórica do filósofo francês Jean-François Lyotard e sua visão sobre performatividade do saber na pós-modernidade.

Em seu livro *A condição pós-moderna*, Lyotard nos fornece os conceitos para analisarmos desde o impacto das novas mídias sobre a produção e transmissão de conhecimentos até o processo de legitimação desses conhecimentos. Conhecer como e com que configuração esses conhecimentos são disseminados pode nos auxiliar a entender um pouco mais o perfil da atividade por meio do processo de formação dos envolvidos na área.

A transmissão de conhecimentos sobre *concept art* está disponível em diferentes canais, desde cursos presenciais até blogues na internet. Os novos dispositivos tecnológicos de armazenamento e distribuição de informações são responsáveis, ao menos em termos quantitativos, pela maior parte da informação

disponível sobre a área, fenômeno que certamente ocorre em muitas outras áreas do conhecimento – Animação inclusive. Entretanto, no caso do *concept art*, tal fato é particularmente verdadeiro. Sendo esse um conhecimento que até pouco mais de uma década contava com poucos dispositivos formais para sua difusão, a internet acabou por assumir o papel de principal propagadora desse saber.

Cada veículo de informação tem suas próprias características e limitações técnicas, além de ser imensa a diversidade de informações administradas. Estão à disposição dos interessados em *concept art* livros técnicos e revistas especializadas, seções extras de DVDs de animação, fóruns de discussão, sites, vídeos tutoriais gratuitos e pagos distribuídos pela internet ou em DVDs, cursos à distância etc. Nessa significativa listagem de canais disponíveis, livros e DVDs têm obviamente uma importância enorme na difusão das informações a respeito de *concept art*, mas o alcance da internet parece em princípio muito maior, particularmente para um público que normalmente é treinado e tem domínio da tecnologia informata. Porém, o que se tem observado é que esses canais em sua maioria – senão totalidade –, independentemente da sua natureza, difundem informações eminentemente técnicas. As principais editoras especializadas do mercado – por exemplo, a editora australiana Balistic Publishing – possuem, em seus catálogos, títulos que tratam de aspectos técnicos para criação e execução de ilustrações conceituais. A Balistic Publishing é especializada em livros sobre arte digital e publica as séries *Exotique* e *Exposé* sobre o assunto, com trabalhos de artistas de vários lugares do mundo. A série da editora que mais interessa para o nosso trabalho é *d'Artiste*, na qual cada volume é dedicado a assuntos tais como *Character Modeling* (modelagem de personagens em programas CGI), *Digital Painting* (pintura digital) e *Mate Painting* (pintura de cenários para filmes e games). Vamos nos deter nos títulos *Character Design* e *Concept Art*. No site da editora, encontramos a seguinte definição para o título *d'Artiste: Character Design*:

*[...] provides a Master Class in character design from talented artists working in game, TV and collectables. Each Master Artist shares their techniques and approaches for creating compelling characters through their insights and detailed graphic tutorials*<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup>BALISTIC PUBLISHING. *d'artiste: Character Design*. Disponível em: [http://www.ballisticpublishing.com/books/dartiste/character\\_design/](http://www.ballisticpublishing.com/books/dartiste/character_design/). Acesso em 28/04/2013.

Temos disponível no site, da mesma forma, o perfil do livro *d'Artiste Concept Art*:

[...] presents the techniques of leading concept artists Viktor Antonov, George Hull, Andrew Jones and Nicolas "Sparth" Bouvier. Through a series of master class tutorials this book guides readers through processes employed to create environments, characters and machinery for film, TV and games. Each master artist demonstrates a unique approach from initial sketch to concept completion through 94 pages of detailed commentary on projects like *Matrix Revolutions* and *Half Life 2*<sup>8</sup>.

Algumas informações interessantes podem ser extraídas desses perfis. Em primeiro lugar, a utilização do termo *Master Class* para ambos os títulos. Por definição, *Master Class* é uma aula ministrada por um especialista em determinada área, neste caso, *experts* em *concept art*, que participaram de importantes produções da indústria de cinema, TV e *games*. O aspecto mais relevante, entretanto, é a importância dada à transmissão dos métodos e processos de produção de profissionais envolvidos na indústria do entretenimento. Os livros são ricamente ilustrados, tanto com imagens acabadas quanto com demonstrações passo a passo de imagens conceituais. Funcionam como verdadeiros tutoriais impressos para aqueles que desejam aprender os processos de produção de imagens conceituais.

Poderíamos estender este estudo pelas publicações das editoras norte-americanas Design Studio Press e Focal Press, que também têm em seus catálogos títulos voltados para *concept art* e pintura digital, mas todas, assim como a Balistic, concentram o conteúdo das suas publicações em descrições técnicas, ou seja, o conjunto de procedimentos para execução de ilustrações conceituais ou artes digitais. Há ainda um dado adicional: nenhuma das editoras citadas apresenta títulos que tratem exclusivamente de *concept art* para animação.

Há uma grande quantidade de livros especializados sobre animação disponível. O caso específico do cenário brasileiro foi analisado na dissertação de mestrado de Leo Ribeiro (RIBEIRO, 2012, p.23). Estas publicações tratam de técnicas de animação analógica ou digital, produção de roteiro e *storyboard*, *design* de personagens e cenários, produção independente de filmes animados, assim como uma quantidade expressiva de títulos sobre história da animação.

---

<sup>8</sup> BALISTIC PUBLISHING. *d'artiste: Concept Art*. Disponível em: [http://www.ballisticpublishing.com/books/dartiste/concept\\_art/](http://www.ballisticpublishing.com/books/dartiste/concept_art/). Acesso em 28/04/2013.

Entretanto, talvez, os livros de animação mais conhecidos sejam os *art books* publicados pelas editoras Insight Editions e Chronicle Books, sobre as principais produções dos grandes estúdios de animação como Pixar e Dreamworks, dentre outros. Por tratarem prioritariamente do processo de direção de arte, são de particular interesse para os interessados em *concept art*, pois apresentam desde os *sketchs* e ilustrações conceituais de personagens e cenários até modelos digitais finalizados. Porém, de uma maneira geral, não passam de coleções de imagens normalmente acompanhadas de alguns relatos e considerações sobre as escolhas feitas pela equipe de arte durante a produção dos filmes. São fontes riquíssimas para pesquisa iconográfica e auxiliam a conhecer as etapas da direção de arte, mas apesar de não serem livros tutoriais com demonstrações passo a passo da execução de ilustrações conceituais, pouco ajudam em uma investigação teórica sobre o campo. Alguns trazem considerações, em sua maioria superficial, da equipe responsável pela direção de arte e outros sequer isso.

Os DVDs de filmes animados são frequentemente generosos em extras e vêm recheados com *making of's* detalhados sobre o processo de produção dos filmes. Os que possuem maior quantidade de informações são semelhantes aos *art books*, mas trazem informações sobre todas as etapas de produção, e não apenas sobre a direção de arte. São eminentemente técnicos, assim como os tutoriais em vídeo oferecidos em grande quantidade e variedade pela internet. Há desde tutoriais pagos em sites especializados como o da Gnomon Workshop, empresa norte-americana de ensino e à qual retornaremos mais adiante, até aqueles disponibilizados gratuitamente através do You Tube, por exemplo. Não nos deteremos mais nessas formas de divulgação, por não oferecem nada muito diferente daquilo que os livros oferecem. O diferencial desses vídeos é tão somente a imagem em movimento que permite o registro dos profissionais produzindo em tempo real. Pela internet, também podemos encontrar palestras na íntegra em sites como o CTN Animation Expo<sup>9</sup> e blogues que oferecem informações as mais variadas, como dicas de programas, técnicas artísticas, além de artistas da indústria que disponibilizam suas artes e seus respectivos métodos de produção. Mais uma vez, aqui temos a imagem dos *experts* da área

---

<sup>9</sup> *Animation Expo* é um evento promovido pelo Creative Talent Network (CTN), rede social com perfil eminentemente profissional voltada para a área de animação. A *Animation Expo* ocorre uma vez por ano desde 2009 sempre no mês de novembro em Burbank, Califórnia.

transmitindo informações aos interessados, só que por meio de um canal que atinge pessoas em escala global e, como dissemos anteriormente, para um público familiarizado com as novas tecnologias.

Lyotard fornece uma importante reflexão para pensarmos o impacto dessa proposta de publicações em novas tecnologias sobre a distribuição de conhecimento:

[...] hoje em dia já se sabe como, normalizando, miniaturizando e comercializando os aparelhos, modificam-se as operações de aquisição, classificação, acesso e exploração dos conhecimentos. É razoável pensar que a multiplicação de máquinas informacionais afeta e afetará a circulação dos conhecimentos, do mesmo modo que o desenvolvimento dos meios de circulação dos homens (transportes), dos sons e, em seguida, das imagens (media) o fez. (LYOTARD, 2009, p.4)

Dentre os dispositivos aqui apresentados, dois foram particularmente importantes para disseminar informações sobre as técnicas de produção em animação e, conseqüentemente, *concept art*: os extras dos DVDs de filmes animados, que já comentamos anteriormente, e os sites de conteúdo na internet. Sem estes últimos, a divulgação da área dificilmente atingiria o estágio atual e, principalmente, a quantidade de aspirantes a ilustradores digitais e *concept artists* seria provavelmente menor. O *concept art* é um exemplo direto do efeito da tecnologia sobre a distribuição de conhecimento. A quantidade de tutoriais disponíveis *on-line* é enorme, cobrindo técnicas de pintura, perspectiva, desenho anatômico, *storyboard* etc. Mas, apesar de tanta informação disponível, toda ela parece tratar apenas da dimensão técnica. Mais uma vez, Lyotard nos ajuda a entender este cenário da transformação da natureza do saber frente às novas tecnologias:

Nesta transformação geral, a natureza do saber não permanece intacta. Ele não pode se submeter aos novos canais, e tornar-se operacional, a não ser que o conhecimento possa ser traduzido em quantidades de informação. Pode-se então prever que tudo o que no saber constituído não é traduzível será abandonado [...].(Ibid, p.4)

Essa dimensão prática do conhecimento a respeito do *concept art* obedece à lógica da propagação do saber na sociedade pós-moderna, conforme a interpretação de Lyotard. Para ser transmitido pelos meios informacionais, esse saber tem que ser operacional. É um conhecimento sem valor de formação do indivíduo (formação artística ou humanística), mas como valor de troca, de

resposta a uma demanda do mercado produtor, entendido nesse contexto como as empresas produtoras de conteúdo formadoras da demanda por mão de obra qualificada de um lado e de outro as pessoas que desejam adquirir conhecimentos técnicos para atender a essa demanda. Isso explicaria o caráter eminentemente técnico de tais canais e o total descaso por uma abordagem teórica, questão também abordada no trabalho de Leo Ribeiro. Mais uma vez, Lyotard fornece uma chave para a compreensão do fenômeno:

O saber é e será produzido para ser vendido, e ele é e será consumido para ser valorizado numa nova produção: nos dois casos, para ser trocado. (Ibid, p.4)

Concluiremos, então, nosso pequeno percurso pelos canais disponíveis para difusão do conhecimento sobre *concept art*, tratando dos fóruns de discussão e sites especializados tão importantes no processo de difusão do saber na área e que congregam grande quantidade de artistas experientes, aspirantes e entusiastas. Nos fóruns de discussão, além dos debates sobre temas ligados à computação gráfica 2D e 3D, os participantes publicam suas artes para receber críticas e dicas dos outros membros da comunidade.

Vários são os sites especializados em computação gráfica disponíveis na internet. Muitos deles apresentam perfis semelhantes, oferecendo vários serviços aos usuários como fóruns de discussão, portfólios virtuais, oferta de vagas de emprego, tutoriais etc. No gráfico abaixo consta a relação dos sites visitados e dos serviços por eles oferecidos:

SITE	ENDEREÇO	FORUNS DE DISCUSSÃO	PORTFOLIO DE ASSOCIADOS	GALERIA DE PROFISSIONAIS	OFERTA DE EMPREGOS	TUTORIAIS GRATUITOS	WORKSHOPS/ CURSOS/ MASTERCLASSES (ONLINE)	WORKSHOPS/ CURSOS (PRESENCIAIS)	COMPETIÇÕES	CONEXÃO COM EMPRESAS (EDITORES, ESCRITÓRIOS DE CRIAÇÃO, ESTÚDIOS, ETC.)
CG SOCIETY	<a href="http://www.cgsociety.org/">http://www.cgsociety.org/</a>	sim	sim	sim	sim	sim (no forum)	sim	não	sim	Ballistic Publishing
CG HUB	<a href="http://cghub.com/">http://cghub.com/</a>	sim	sim	sim	sim	não	sim	não	sim	Computer Graphics Master Academy (CGMA)
CG CHANNEL	<a href="http://www.cgchannel.com/">http://www.cgchannel.com/</a>	sim	sim	sim	não	sim	sim	sim	sim	Gnomon Group
3D TOTAL	<a href="http://www.3dtotal.com/">http://www.3dtotal.com/</a>	sim	sim	sim	não	sim	não	não	não	3D Total Publishing 2D Artist Magazine
UNIVERSO CG	<a href="http://www.universocg.org/">http://www.universocg.org/</a>	sim	não	não	não	não	não	não	não	não identificado
CG ARENA	<a href="http://www.cgarena.com/">http://www.cgarena.com/</a>	sim			sim	sim	não	não	não	não identificado
CONCEPT ART ORG	<a href="http://conceptart.org/">http://conceptart.org/</a>	sim	sim	sim	sim	não	sim	sim	sim	The art Department, Massive Black

Figura 08 – Sites de coletivos de computação gráfica consultados.

Os sites visitados estão entre aqueles que foram percebidos como intensamente conhecidos na área da computação gráfica. No Brasil, a quantidade

de sites especializados é bem menor, mas podemos citar o Universo CG<sup>10</sup>, que apresenta proposta semelhante aos sites estrangeiros citados anteriormente.

Dentre os sites visitados, cinco fazem parte de algum tipo de grupo empresarial ligado à computação gráfica; CG Society, CG Channel, CG Hub, 3D Total e Concept Art Org. Os sites CG Arena e Universo CG acabaram por ser suprimidos, porque não foram identificadas ligações com grupos empresariais. Foram identificados basicamente três segmentos de atuação nas empresas ligadas a esses sites: instituições de ensino (CGMA, Gnomon Group e The Art Department), editoras (Ballistic Publishing, e 3D Total Publishing) e uma empresa que presta serviços de computação gráfica para o mercado (Massive Black). No gráfico abaixo, estão os sites de computação gráfica, seguidos das empresas aos quais estão ligados e os segmentos em que atuam:

SITE	ENDEREÇO	CONEXÃO COM EMPRESAS (EDITORAS, ESCRITÓRIOS DE CRIAÇÃO, ESTÚDIOS, ETC.)	NATUREZA DAS EMPRESAS	WORKSHOPS/ CURSOS/ MASTERCLASSES (ONLINE)	WORKSHOPS/ CURSOS (PRESENCIAIS)
CG SOCIETY	<a href="http://www.cgsociety.org/">http://www.cgsociety.org/</a>	Ballistic Publishing	Editora especializada em livros de Computação Gráfica	sim	não
CG HUB	<a href="http://cghub.com/">http://cghub.com/</a>	Computer Graphics Master Academy (CGMA)	Empresa especializada em treinamentos online para Computação Gráfica	sim	não
CG CHANNEL	<a href="http://www.cgchannel.com/">http://www.cgchannel.com/</a>	Gnomon Group	Empresa especializada em treinamentos presenciais e online para Computação Gráfica	sim	sim
3D TOTAL	<a href="http://www.3dtotal.com/">http://www.3dtotal.com/</a>	3D Total Publishing 2D Artist Magazine	Editora especializada em livros e revistas de Computação Gráfica	não	não
CONCEPT ART ORG	<a href="http://conceptart.org/">http://conceptart.org/</a>	The art Department, Massive Black	Empresa especializada em treinamentos online e presenciais para Computação Gráfica Empresa especializada em produção de Concept Art para as Indústrias de games e cinema	sim X	sim X

Figura 09 – Sites de computação gráfica e os grupos empresariais.

É evidente que a maioria dos sites visitados está envolvida com grupos de comunicação comprometidos com a transmissão de informação técnica sobre o tema. São editoras e escolas de computação gráfica que encontram nos sites um canal de comunicação com seu público e um excelente ponto de venda de produtos e serviços. Além disso, os fóruns acabam por se tornar canais de comunicação direta e de detecção das ansiedades e desejos daquele público. Estes

<sup>10</sup> CG - Do Inglês *Computer Graphics*. Em tradução livre, Computação Gráfica.

grupos estão suprindo uma demanda por conhecimento na área de computação gráfica em geral, incluindo-se aí o *concept art*.

Outra questão relevante nas páginas de abertura (*home*) desses sites é a galeria dos artistas membros. O alto padrão de qualidade das imagens é o primeiro fator que torna evidente a participação de artistas experientes e de aspirantes com alto nível técnico. Tomemos como exemplo o site Concept Art Org, especializado em artistas que trabalham nos segmentos de *concept art* e pintura digital. Na galeria da página de abertura do site, estão artistas de peso como Jason Manley, especializado em pintura digital e proprietário do grupo de empresas do qual faz parte o site. Também estão no site “Android” Jones, Booby Chiu e Michael Kutsche, todos atuantes nas indústrias de *games* e cinema. O Concept Art Org é, talvez, o único dentre os sites selecionados que abriga também os trabalhos de artistas analógicos tais como Sterling Hundley e Mark English, ilustradores mais ligados à publicidade e ao mercado editorial norte-americano. Além da óbvia qualidade dos trabalhos, a presença desses artistas se deve também ao fato de que eles fazem parte do corpo docente do The Art Department, escola de arte que integra o grupo ao qual o Concept Art Org pertence. A veiculação de imagens com altíssima qualidade técnica executadas por profissionais do mercado ou por aspirantes muito bem preparados se repete nos outros sites observados. Interessante que, em alguns casos, podemos encontrar o mesmo artista com imagens veiculadas em sites diferentes.



Figura 10 - Página de abertura do site CGSociety

Mais uma vez, a participação do *expert* é essencial para dar credibilidade ao produto, seja um livro, um DVD ou um site especializado. Os mais conhecidos dentre esses fóruns – como o CG Society e o Concept Art Org – promovem ainda competições.

Eventos virtuais que mobilizam um efetivo expressivo de participantes, os *Challenges* são competições *on-line* entre artistas que terão seus trabalhos avaliados por *experts* da computação gráfica em seus vários segmentos. Diversos sites promovem competições entre artistas na internet, e o conceito delas, nas quais artistas confrontam suas habilidades, não é novidade; entretanto, na internet, os eventos atingem escala planetária. Alguns dos mais conhecidos dentre esses fóruns – por exemplo, o CG Society, CG Arena e Concept Art Org – promovem os desafios (do Inglês *challenges*), nos quais os artistas postam artes segundo um tema proposto, e aqueles considerados melhores pelos jurados chegam à grande final. Obviamente em toda competição existe um sistema de recompensa aos vencedores, mas a participação nos *challenges* oferece mais do que apenas a premiação final. Além da notoriedade, há o importantíssimo aprimoramento de competências durante a execução das tarefas propostas. Nestas competições, normalmente, os vencedores de cada categoria recebem prêmios tais como pranchas digitalizadoras que permitem o desenho a mão livre direto no computador e computadores especialmente configurados para computação gráfica. O processo, apesar de competitivo, envolve grande troca de informações, uma vez que as artes são comentadas pelos participantes do fórum e pelos jurados durante toda a competição.

A participação em fóruns especializados, entretanto, não se limita às competições. Os participantes cadastrados nos fóruns submetem suas imagens, que são criticadas pelos outros integrantes e pelos moderadores da lista. Além disso, há sites que não investem na estrutura de rede, como os diversos blogues especializados nos quais o modelo é geralmente unilateral, com o moderador do blogue postando informações variadas e recebendo comentários daqueles que acompanham o conteúdo. Dentre os sites especializados, além do já citado Concept Art Org, destacamos o Concpet Art World e o Concept Art Blog. Ambos oferecem portfólios, tanto de artistas quanto de produções nas áreas de animação, filmes e *games*.

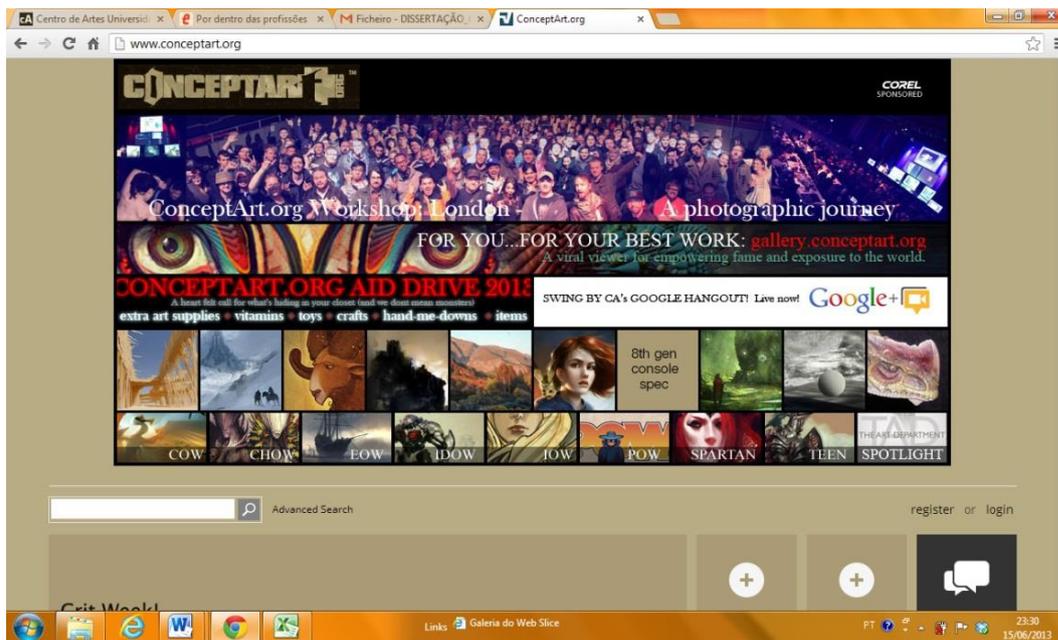


Figura 11 - Página de abertura do site Concept Art. Org

Após esta visão geral das formas mais comuns de difusão de conhecimento na área, vamos agora nos deter na análise comparativa de cursos presenciais oferecidos por instituições de ensino, acadêmicas ou não. Os critérios de seleção serão: o de relevância em primeiro lugar, ou seja, aquelas instituições que por razões diferentes – e que não cabe neste trabalho investigar o porquê – tornaram-se referência na formação de quadros profissionais para a área; e em segundo, será avaliada a natureza da instituição, se acadêmica ou não.

Uma parte das dificuldades para encontrar uma definição mais precisa da atividade pode estar no fato de que desde sua suposta origem nos estúdios Disney – e até muito pouco tempo atrás –, todo o conhecimento da área era transmitido dentro das próprias empresas, pela internet, cursos livres, ou como disciplinas isoladas em cursos de animação. A criação de cursos dedicados exclusivamente ao *concept art*, tanto em instituições de ensino superior quanto em escolas especializadas, é um fenômeno que se verifica a partir da década de 1990<sup>11</sup>. Várias são as instituições com esse perfil: Concept Design Academy, Futurepoly, The Art Department e Gnomon School of Visual Effects, todas nos Estados Unidos, e a FZD School of Design em Cingapura. A Art Center College of Design é a única

<sup>11</sup> Dentre as instituições pesquisadas, a Gnomon foi fundada em 1997, a Concept Design Academy em 2007 e a FZD em 2009.

com perfil acadêmico dentre as instituições pesquisadas. Nem todas são exclusivamente dedicadas ao ensino de *concept art*, oferecendo também cursos de animação, modelagem 3D, ilustração e *storyboard*, entre outros, mas sempre demonstrando forte acento técnico. As instituições não acadêmicas, entretanto, saíram na frente na criação de curso nessa área. Este cenário remete à Lyotard que chama a atenção para a nova forma de valoração do saber, não mais entendido como mecanismo de formação do indivíduo, mas como mercadoria, diretamente ligada a uma performatividade de mercado:

O antigo princípio segundo o qual a aquisição do saber é indissociável da formação (Bildung) do espírito, e mesmo da pessoa, cai e cairá cada vez mais em desuso. (LYOTARD, 2009, p.4)

No caso do *concept art*, as instituições de ensino não acadêmicas surgiram para atender a demandas técnicas do mercado por mão de obra qualificada e, em sua maioria, foram fundadas há não muito tempo por profissionais da área. A Gnomon School of Visual Effects – uma das escolas de referência no mercado norte-americano – foi fundada em 1997, pelo artista digital Alex Alvarez, na época com apenas 24 anos. É revelador o relato de Alvarez sobre o porquê de ter iniciado a Gnomon ainda tão jovem:

*In hindsight I see that as being ridiculously young to be starting a school... but things were very different in '97. At the time it was needed and studios were expanding like crazy, with practically no schools teaching 3D. Especially not 3D as it pertained to visual effects<sup>12</sup>.*

O relato do proprietário da Gnomon demonstra que a demanda por profissionais na área da computação gráfica, seja em 2D ou 3D, aumentava consideravelmente na época. Pelo seu pioneirismo e pela sua notoriedade, a Gnomon foi selecionada para a análise comparativa de seu currículo com o de outra instituição da área.

A segunda instituição selecionada foi o Art Center College of Design em Pasadena (Califórnia), instituição acadêmica que existe desde 1930, localizada geograficamente próxima ao maior centro de produção da indústria do entretenimento no mundo, e que tem em seu currículo, inclusive, programas de

---

<sup>12</sup> Alex Alvarez Web Site. Disponível em: <http://www.alexalvarez.com/bio.html>. Acesso em: 28/04/2013.

mestrado em Cinema e Artes. Seu curso de *entertainment design* foi criado apenas em 2008, mas sua escolha se justifica pelo fato de ser uma instituição universitária, o que nos possibilita fazer uma comparação entre escolas com perfis diferentes.

Retornando à Gnomon, o texto de apresentação *Your Pipeline Into The Industry*<sup>13</sup> que está no site da empresa, informa que a escola busca a interação do aluno com as tecnologias digitais capazes de materializar suas ideias, porém deixa claro que a posição da escola é de que o artista, e não a tecnologia, é quem produz os resultados. Por isso mesmo, os instrutores da escola são profissionais capacitados em técnicas tradicionais que passaram a utilizar o meio digital para a produção dos seus trabalhos. A insistência em destacar, nos seus textos de apresentação, a participação dos seus instrutores na indústria do entretenimento é mais um indício da importância dos *experts* no processo de legitimação do saber. Segundo o site da escola, o programa foi desenvolvido por profissionais atuantes no mercado da computação gráfica que trabalham para os grandes estúdios de Hollywood e alertam que os instrutores de outras escolas, principalmente aquelas com perfil acadêmico, podem não atuar especificamente no mercado no qual o aluno deseja trabalhar:

*Do you want to study anatomy with a fine artist who does abstract gallery work, or someone who designs characters for a major game studio?*<sup>14</sup>

Mais adiante, encontramos outro trecho que destaca a participação ativa dos *experts* de mercado na escola. Esses profissionais não apenas ministram aulas e orientam os alunos, como também auxiliaram na concepção do currículo dos cursos da Gnomon:

*Gnomon's entire curriculum has been developed, tested and is taught by some of the most recognized CG professionals working in the industry. At no other school are the Directors, Advisory Board members and instructors more involved in the production process. They work and consult for studios such as DreamWorks, Sony Pictures Imageworks, Sony Interactive, Digital Domain, Electronic Arts, Activision, Rock Star Games, and Blizzard, just to name a few.*<sup>15</sup>

<sup>13</sup> Gnomon - School of Visual Effects. Disponível em: [http://www.gnomonschool.com/experience/gnomon\\_experience.php](http://www.gnomonschool.com/experience/gnomon_experience.php). Acesso em: 28/04/2013.

<sup>14</sup> Gnomon - School of Visual Effects. Disponível em: <http://www.gnomonschool.com/programs/entertainment-design/>. Acesso em: 28/04/2013.

<sup>15</sup> Gnomon - School of Visual Effects. Disponível em: <http://www.gnomonschool.com/experience/about.php>. Acesso em: 28/04/2013.

A ênfase na participação dos profissionais de mercado no corpo docente tem obviamente o objetivo de reforçar que a Gnomon prepara os seus alunos para ingressarem na indústria do entretenimento. Os profissionais de mercado não apenas transmitem o conhecimento e as técnicas específicas necessárias a uma atuação de sucesso, como também preparam os alunos para a participação no *workflow* específico das empresas de filmes, *games* e animação. Em outro texto do site com o sugestivo título *Real Professionals. Real Projects*, esta ênfase no mercado fica ainda mais evidente:

*Gnomon's instructor's are working professionals who bring their passion and experience to the classroom. They know the importance of understanding how the real world operates and what a production pipeline looks like, to ensure our curriculum at Gnomon is always moving in tandem with the industry - wherever it might be headed.*<sup>16</sup>

A posição da Gnomon em relação às instituições formais de ensino se torna mais evidente no texto intitulado *College Degree Or Gnomon?* Nesse texto, o candidato é questionado sobre a validade de cursar uma graduação para ingressar na indústria do entretenimento. Segundo o texto, em outras carreiras, o título de graduação pode ser importante, mas nessa indústria, isso não se aplica. A diferença entre sucesso e fracasso, nessa área, está muito mais no portfólio, no talento e no *network* do que no título acadêmico. Mais ainda, os cursos de graduação são obrigados a ministrar disciplinas de formação geral como inglês, história e matemática, desviando o aluno da área de interesse na qual ele deveria se formar.

*Colleges are geared towards educating students in a wide variety of subjects and then allowing students to focus on their area of interest down the road. If you already know what you want to do, why not focus on that career choice right off the bat? Is a vocational education that is solely focused on what you need to learn for a specific career even better?*<sup>17</sup>

Vemos aqui uma clara adesão àquilo que Lyotard define como otimização das *performances*:

---

<sup>16</sup> Gnomon - School of Visual Effects. Disponível em: <http://www.gnomonschool.com/experience/about.php>. Acesso em: 28/04/2013.

<sup>17</sup> Gnomon - School of Visual Effects. Disponível em: <http://www.gnomonschool.com/programs/entertainment-design/>. Acesso em: 28/04/2013.

Em vez de serem difundidos em virtude do seu valor "formativo" ou de sua importância política (administrativa, diplomática, militar), pode-se imaginar que os conhecimentos sejam postos em circulação segundo as mesmas redes da moeda, e que a clivagem pertinente a seu respeito deixa de ser saber/ignorância para se tornar como no caso da moeda, "conhecimentos de pagamento/conhecimentos de investimento", ou seja: conhecimentos trocados no quadro da manutenção da vida cotidiana (reconstituição da força de trabalho, "sobrevivência") versus créditos de conhecimentos com vistas a otimizar as performances de um programa. (LYOTARD, 2009, p.7)

Ainda destacando suas vantagens frente a cursos de graduação, a Gnomon defende o seu programa de um ano para a maioria de seus cursos, em função da ausência das férias de verão:

*Let's clarify that four years of college represents having summers off so that you are actually attending eight 'semesters'. Gnomon is four, although we call them 'terms'. Therefore you will experience not one quarter, but a full half of the normal college course load.*<sup>18</sup>

Além da compressão do conteúdo no período corrido de um ano, o aluno que esteja cursando, por exemplo, o curso *entertainment design*, pode, após concluí-lo, ingressar em outro programa da escola intitulado *Entertainment Design and Digital Production*, este com dois anos de duração. Segundo o texto do site da Gnomon, após cursar os dois treinamentos em três anos, o aluno teria coberto o mesmo volume de conteúdo que um aluno que houvesse feito uma graduação e um mestrado, com a vantagem de ser um aprendizado totalmente focado no desenvolvimento das técnicas e habilidades desejadas pelo mercado.

A admissão, segundo o texto, é rigorosa. Os candidatos devem apresentar proficiência em desenho mesmo para os programas 3D, uma vez que os responsáveis pelo programa entendem que os melhores artistas, tanto os que trabalham com 2D quanto os dedicados ao 3D, possuem formação técnica em desenho.

Quanto ao Art Center College, o que primeiro se destaca em seu texto de apresentação é a maior descrição em relação às possíveis qualidades do curso de *entertainment design* oferecido pela instituição. Há uma preocupação clara em realçar a importância da experiência universitária no processo de formação dos alunos por meio, por exemplo, de estúdios transdisciplinares:

<sup>18</sup> Gnomon - School of Visual Effects. Disponível em: <http://www.gnomonschool.com/programs/entertainment-design/>. Acesso em: 28/04/2013.

*Our students have the opportunity to collaborate with peers from other College departments through Transdisciplinary Studios and Designmatters projects, where they can apply skills for commercial and nonprofit causes.<sup>19</sup>*

Os recursos oferecidos para o desenvolvimento acadêmico do aluno são expressivos. Estúdios e laboratórios com perfis variados estão à disposição dos alunos de acordo com o período acadêmico em que se encontram. No site da instituição, encontramos listados estúdios como o de gravura, especializado em gravação de áudio e laboratórios de fotografia e edição de vídeo. Um recurso valioso para o aluno do Art Center College que esteja cursando o curso de *entertainment design* é a existência permanente de *workshops* de desenho, descritos da seguinte forma:

*Drawing and sketching workshops are open to all students. A live model is provided with seating on a first-come, first-served basis most days of the week. Color Theory Workshops are also offered, based on need and are open to all majors. From the library to the technical skill center, Art Center staff members help students utilize an array of educational technology available at Art Center. The facilities and resources are listed alphabetically.<sup>20</sup>*

Outro fator destacado pelo texto é a colocação no mercado, bem como a presença de ex-alunos que retornam à casa como professores ou palestrantes:

*Our department is relatively new, but Art Center alumni are leaders in the fields of animation, video games, film and television. Many work in the nearby hubs of those industries, bringing their expertise into the classroom as faculty and visiting lecturers.<sup>21</sup>*

Ex-alunos posicionados profissionalmente na indústria servem como referência de sucesso para a instituição. Mais uma vez, vemos o mercado sendo usado como agente legitimador, aprovando o programa de estudos do Art Center College por meio da contratação de profissionais formados pela instituição. Seguindo mais uma vez o pensamento de Lyotard, o programa da instituição é bom não exclusivamente pelo caráter classificado pelo filósofo como “formativo”,

<sup>19</sup> The Art Center College of Design. Disponível em: [http://www.artcenter.edu/accd/programs/undergraduate/entertainment\\_design.jsp](http://www.artcenter.edu/accd/programs/undergraduate/entertainment_design.jsp). Acesso em: 28/04/2013.

<sup>20</sup> The Art Center College of Design. Disponível em: <http://www.artcenter.edu/accd/campus/resources.jsp>. Acesso em: 28/04/2013.

<sup>21</sup> The Art Center College of Design. Disponível em: [http://www.artcenter.edu/accd/programs/undergraduate/entertainment\\_design.jsp](http://www.artcenter.edu/accd/programs/undergraduate/entertainment_design.jsp). Acesso em: 28/04/2013.

mas pelo incremento de *performance* que permite que seus alunos tenham o desempenho esperado pelos principais agentes produtores do mercado.

O curso de *entertainment design* do Art Center College é composto de oito períodos de 14 semanas. Cada ano letivo é composto de três períodos divididos em outono, primavera e verão. O aluno deve cursar um total de 45 disciplinas para cumprir todos os créditos exigidos pelo programa. Somam-se a estes mais quatro disciplinas de ciências humanas e do *design*, totalizando 49 disciplinas distribuídas pelo tempo total de curso. Existe, entretanto, uma particularidade referente ao curso de *entertainment design* no que se refere à conclusão antecipada do curso:

*Students who choose to continue their studies uninterrupted may complete the program in a minimum of two years and eight months, with the exception of Entertainment Design students who attend studio classes in the Fall and Spring only; Summers may be taken off, or students may take Humanities and Design Sciences classes.*<sup>22</sup>

Durante os quatro primeiros períodos, o aluno frequenta disciplinas fundamentadoras tais como perspectiva, comunicação visual e técnicas de pesquisa: *During the first four terms, students receive a rigorous education in drawing, rendering, model building and sculpting, as well as an introduction to 3D digital tools.*<sup>23</sup>

Todo este cuidadoso processo de fundamentação técnica do curso não exclui um rigoroso processo de admissão que conta com a análise de portfólio dos candidatos. O Art Center College chama ainda a atenção para o fato de que, no passado, a formação em *entertainment design* não era possível em apenas um curso, o que é possível agora graças ao curso de *Entertainment Design*:

*In years past, students seeking a career in entertainment design took a combination of illustration and industrial design classes to develop their skills and portfolio. Today, Art Center's Entertainment Design program incorporates and expands upon the strengths of both disciplines.*<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> The Art Center College of Design. Disponível em: [http://www.artcenter.edu/accd/programs/undergraduate/entertainment\\_design.jsp](http://www.artcenter.edu/accd/programs/undergraduate/entertainment_design.jsp). Acesso em: 28/04/2013.

<sup>23</sup> The Art Center College of Design. Disponível em: [http://www.artcenter.edu/accd/programs/undergraduate/entertainment\\_design.jsp](http://www.artcenter.edu/accd/programs/undergraduate/entertainment_design.jsp). Acesso em: 28/04/2013.

<sup>24</sup> The Art Center College of Design. Disponível em: [http://www.artcenter.edu/accd/programs/undergraduate/entertainment\\_design.jsp](http://www.artcenter.edu/accd/programs/undergraduate/entertainment_design.jsp). Acesso em: 28/04/2013.

A partir das observações aqui empreendidas, pudemos perceber que existe pouco ou nenhum ensino sobre *concept art* para além da prática. Muito menos, uma busca sobre com que áreas do saber o *concept art* dialoga e como se constituiu historicamente. Questões fundamentais como as relações do *concept art* com o *Design* e a narrativa não são abordadas com profundidade, tanto em livros quanto em vídeos tutoriais e sites especializados.

O departamento de *Entertainment Design* do Art Center College foi criado em 2008, o que demonstra o tempo que essa instituição de ensino formal levou para reconhecer essa forma de conhecimento como independente, mesmo tendo a Gnomon aberto suas portas em 1997. A primeira consequência do atraso das instituições formais de ensino em perceber a importância da produção que vem se desenvolvendo fora do ambiente acadêmico é que as reflexões conceituais e interdisciplinares a respeito dessa área são poucas e talvez inexpressivas. A segunda é que esse conhecimento, em função da inexistência de reflexão, desenvolve-se em sua dimensão meramente performativa. Por fim, forma-se uma visão distorcida de que essas áreas são essencialmente técnicas e dispensam maior elaboração de pensamento, como se *concept art* estivesse unicamente reduzido à prática diária dentro dos estúdios, sem merecer maior atenção em questões teóricas.

Essa superficialidade teórica e supervalorização da técnica descrevem um panorama a ser pensado – não apenas no *concept art*, mas na animação como um todo – para entendermos melhor suas posições como atividades intelectuais produtivas.

No Brasil, o cenário é ainda distante do ideal. Poucas instituições investem em cursos regulares de animação. O curso superior em animação mais antigo do país é oferecido pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)<sup>25</sup> e existe desde a década de 1980, e, segundo a instituição, foi o único do Brasil até o início dos anos 2000. O curso começou como uma habilitação em belas artes até que, em 2007, tornou-se um curso independente chamado Cinema de Animação e Artes Digitais. Sua estrutura curricular contém uma disciplina chamada *Design* de Personagem, com 60 horas no sétimo período. Além disso, há disciplinas voltadas

---

<sup>25</sup> UFMG. Disponível em: <http://www.eba.ufmg.br/graduacao/Cinema-e-Artes-Digitais/20090709-Grade-Curricular.pdf>. Acesso em 15/06/2013.

para o ensino dos fundamentos técnicos tais como Arte e Mídia; Cor, Forma, Composição da Imagem Digital e Fundamentos da Linguagem Audiovisual. Mas não encontramos nenhuma disciplina que possa ser expressamente relacionada com o *concept art* ou com o *design* de produção.

Evidentemente, como deixa claro o caso da UFMG, há pouca tradição acadêmica na área de Animação no Brasil. Em função disso, fizemos uma breve observação de algumas instituições de ensino que atuam nas áreas correlatas que abordamos neste trabalho. Pesquisamos instituições de ensino que atuam nas áreas de Cinema, *Design*, artes plásticas e ilustração. Além disso, fazia-se necessário observar cursos livres que possam estar sendo oferecidos na área. O Rio de Janeiro foi escolhido como campo de verificação por duas razões: em primeiro lugar, a redução do escopo geográfico facilitaria a apuração nas áreas selecionadas, reduzindo o escopo de instituições a serem pesquisadas; outro fator importante é que todos os profissionais da área no cenário local entrevistados no capítulo 4 atuam no Rio de Janeiro, o que nos daria mais um item de análise para essa área geográfica.

Começando pela área de Cinema, apenas três instituições oferecem cursos de nível superior no Rio de Janeiro, e esses dedicam pouca ou nenhuma atenção à animação. A despeito de que há instituições que oferecem disciplinas sobre o assunto, a carga horária disponibilizada parece ser suficiente apenas para introduzir o assunto. São estas: a Universidade Federal Fluminense (UFF), a PUC-RJ e a Universidade Estácio de Sá. A UFF<sup>26</sup> oferece uma disciplina em animação, no segundo período, com 60 horas, e uma em Direção de Arte intitulada *Design Visual: Direção de Arte, Cenário e Figurino*, no quarto período, também com 60 horas. A Universidade Estácio de Sá<sup>27</sup> oferece igualmente uma disciplina em animação, no sexto período, intitulada *Estética de Animação*, com 36 horas. Há também uma disciplina chamada *Direção de Arte em Cinema*, no quarto período, com 36 horas. No curso de cinema da PUC- RJ<sup>28</sup>, não foi localizada nenhuma disciplina regular que trate da técnica ou da estética de animação.

---

<sup>26</sup> UFF. Disponível em:

<https://sistemas.uff.br/iduff/sid137avUfd98/consultaMatrizCurricular.uff>. Acesso em 15/06/2013.

<sup>27</sup> Universidade Estácio de Sá. Disponível em: <http://cursos.estacio.br/?estado=RJ>. Acesso em 15/06/2013.

<sup>28</sup> PUC – RJ. Disponível em: [http://www.puc-rio.br/ensinopesq/ccg/comunicacao\\_cinema.html](http://www.puc-rio.br/ensinopesq/ccg/comunicacao_cinema.html). Acesso em 15/06/2013.

O universo acadêmico composto pelos cursos de *Design*, no Rio de Janeiro, é muito maior do que aquele composto pelos cursos de Cinema, o que obrigou a buscar outro quesito de recorte. O *Guia do Estudante* da Editora Abril lista 69 cursos ligados às áreas de Artes e *Design* disponíveis no Rio de Janeiro. Nesta categoria, estão agrupados cursos de *design* gráfico e de produto, *design* de interiores, arquitetura e urbanismo, artes visuais, teatro, dança, música dentre outros. Para tornar o estudo mais focado, optamos por investigar as instituições que oferecem cursos de *design* gráfico e de produto, por serem aqueles que apresentam maior proximidade com o tema desta pesquisa. Além disso, a metodologia do *Design* é uma questão fundamentadora nesta pesquisa. O *concept artist* Feng Zhu, cujo relato consta no capítulo 4, cita a formação em *industrial design* – que podemos deduzir que corresponde ao que aqui é chamado de Projeto de Produto – como uma das formações mais comuns dos profissionais da área de *entertainment design*. Das 69 ocorrências da categoria Artes e *Design*, 13 foram identificadas como sendo especificamente da área de *Design*.

Excluimos do universo a ser pesquisado os cursos de Educação Tecnológica. A razão é simples. Os cursos de Educação Tecnológica têm carga horária e grade curricular mais enxutas, e seria ideal que fossem mais focadas em assuntos específicos como *design* gráfico, por exemplo. A única exceção é o curso da Universidade Veiga de Almeida, que apesar de sua designação – *Design Gráfico* – é especificado como tendo ênfase em ilustração e animação digital. A sua análise não pode ser feita, uma vez que a instituição não disponibiliza a grade curricular na sua página na internet. Com isso, o total de instituições oferecendo cursos de graduação tradicional em *Design* caiu para oito:

Centro Universitário Carioca – *Design*;

Centro Universitário da Cidade – Comunicação Visual e Projeto de Produto;

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-RJ) – *Design* (Com. Visual);

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – Comunicação Visual e Projeto de Produto;

Universidade Estácio de Sá – Comunicação Visual e Projeto de Produto;

Universidade do Estado do Rio de Janeiro – Desenho Industrial;

Universidade Federal do Rio de Janeiro – Projeto de Produto;

Universidade Gama Filho – *Design*.

Nas instituições selecionadas foram identificadas disciplinas obrigatórias nomeadas como ilustração no Centro Universitário Carioca<sup>29</sup> e na Universidade da Cidade<sup>30</sup>. A PUC- RJ<sup>31</sup> têm em seu currículo disciplinas voltadas para ilustração, mas até onde pudemos verificar não são designadas com o termo ilustração. A ESPM-RJ<sup>32</sup> apresenta um grupo de disciplinas no currículo básico voltado para animação. São elas: Estilo e Técnica da Animação, Animatic e Concept Art. Merece destaque o fato de haver uma disciplina sobre *concept art* e, principalmente, designada como tal. A PUC-RJ, por exemplo, oferece uma disciplina obrigatória e outra eletiva, ministradas respectivamente por Marcos Magalhães – um dos entrevistados desta pesquisa - e Claudia Bolshaw.

É razoável deduzir que as outras instituições ofereçam disciplinas de animação, apesar de não termos localizado nenhuma disciplina nomeada como tal na UFRJ<sup>33</sup>, UERJ<sup>34</sup> e Gama Filho<sup>35</sup>. O mesmo também deve acontecer com ilustração, por exemplo. Entretanto, é menos provável que o mesmo aconteça com *concept art*, o que é totalmente compreensível uma vez que a área se tornou mais conhecida apenas a partir dos anos de 1990.

O *Guia do Estudante* relaciona três instituições que oferecem cursos de artes visuais no Rio de Janeiro: Instituto Metodista Bennet, UFRJ e UERJ. Em nenhuma delas foi encontrada qualquer disciplina diretamente relacionada a questões da animação ou, muito menos, *concept art*. É obvio que há disciplinas que abordam indiretamente temas comuns a qualquer ramo das artes visuais, mas obviamente isso ocorre frequentemente em cursos de áreas correlatas. O curso de Pintura da Escola de Belas Artes da UFRJ<sup>36</sup> tem em seu currículo disciplinas

<sup>29</sup> UniCarioca. Disponível em: <http://www.unicarioca.edu.br/index.php/cursos/design-grafico/>. Acesso em 15/06/2013.

<sup>30</sup> Universidade da Cidade. Disponível em: [http://www.universidade.edu/cursos/graduacao/desenho\\_pv/pdf/2012/desenhoindustrial\\_pv.pdf](http://www.universidade.edu/cursos/graduacao/desenho_pv/pdf/2012/desenhoindustrial_pv.pdf). Acesso em 15/06/2013.

<sup>31</sup> PUC –RJ. Disponível em: [http://www.puc-rio.br/ensinopesq/ccg/design\\_comunicacaovisual.html#periodo\\_1](http://www.puc-rio.br/ensinopesq/ccg/design_comunicacaovisual.html#periodo_1). Acesso em 15/06/2013.

<sup>32</sup> ESPM – RJ. Disponível em: <http://www2.espm.br/cursos/design-1>. Acesso em 15/06/2013.

<sup>33</sup> EBA – UFRJ. Disponível em: [http://comunicacaovisualdesign.files.wordpress.com/2013/01/fluxograma\\_cursocvd.jpg](http://comunicacaovisualdesign.files.wordpress.com/2013/01/fluxograma_cursocvd.jpg). Acesso em 15/06/2013.

<sup>34</sup> ESDI – UERJ. Disponível em: <http://www.eba.ufrj.br/pintura/livro2014.pdf>. Acesso em 15/06/2013.

<sup>35</sup> Gama Filho. Disponível em: <http://www.ugf.br/index.php?q=graduacao/6/view>. Acesso em 15/06/2013.

<sup>36</sup> EBA - UFRJ. Disponível em: <http://www.eba.ufrj.br/pintura/livro2014.pdf>. Acesso em 15/06/2013.

como Desenho Artístico e Modelo Vivo que certamente são válidas para quem deseja trabalhar com concepção visual, mas o foco do curso não é esse.

Quanto à ilustração, é igualmente difícil encontrar cursos de nível superior na área. Esse fato inviabiliza a possibilidade de formar *concept artists* em cursos de ilustração, algo que é muito comum nos Estados Unidos.

Não estamos aqui estabelecendo juízo de valor sobre os currículos das faculdades citadas, acusando-as de não darem espaço para animação ou para o *concept art*. Apenas constatamos que o Cinema de Animação ainda não está contemplado devidamente em instituições de ensino superior, pelo menos naquelas pesquisadas. Consequentemente, é provável que o *concept art* para Cinema de Animação também não seja tema para debates. Na minha experiência pessoal no curso de Cinema da Universidade Estácio de Sá, não houve nenhuma abordagem a respeito de *design* de produção exceto por aquelas questões tratadas na disciplina de direção de arte. Muito menos, havia qualquer referência à animação, que na época ainda não constava do currículo do curso.

É notório que existe a necessidade de formação de pessoal qualificado para mercado de animação que se desenvolve no Brasil. Entretanto, talvez a solução não seja inchar mais ainda os currículos dos cursos de Design e Cinema, mas a criação de cursos de graduação e pós-graduação em Animação.

Foram localizados cursos livres ligados à *concept art* em quatro instituições no Rio de Janeiro: Black Fox Studio, Moviluc Escola de Animação e Artes Visuais, Cria 2D Lab e Impacto Quadrinhos. Os cursos variam em tempo de duração e foco. O Black Fox Studio, por exemplo, oferece cursos de *design* de personagem, criaturas e ambientes. A Moviluc e o Cria 2D Lab oferecem cursos de *design* de personagens. A Impacto Quadrinhos oferece um curso de *concept art* para *games*. Entretanto os cursos livres estão sempre restritos aos conteúdos técnicos, não abordando questões conceituais.

Após esse breve levantamento, fica claro que não há muitas alternativas para a formação de profissionais em *concept art*, no Rio de Janeiro, e fica a dúvida se essa situação muda radicalmente em algum outro estado da federação. Veremos mais adiante, no capítulo quatro, que o mercado interno ainda não absorve este profissional na proporção ideal; entretanto, a falta de especialização gera uma dificuldade a mais na consolidação de qualquer área do conhecimento. O questionamento que cabe aqui é qual será o lugar indicado para que sejam

preparados *concept artists* para atuação no mercado de entretenimento no Brasil, caso haja aumento na demanda por esse profissional.

### 3.2. Contexto de produção do *concept art*

Após investigar o processo de difusão de conhecimento, é importante entender qual o contexto em que o *concept art* está inserido na produção de filmes de animação. Isto será feito por meio de uma breve observação na forma como foram organizados os departamentos nas produções da Disney Animation e da Pixar Animation. A escolha da Disney se dá pelo fato de ter sido a primeira empresa na qual a função foi entendida como essencial para ser alcançada a qualidade estética pretendida para os filmes. O padrão Disney foi referência durante toda a era da animação tradicional até o surgimento da animação CGI nos anos de 1990. Com o lançamento de *Toy Story*, em 1995, a Pixar passou progressivamente a ser referência da indústria para tudo o que foi produzido em animação CGI desde então. Neste novo paradigma da animação cinematográfica, é a Pixar que, de alguma forma, acaba servindo como referência de tecnologia e processos.

A primeira questão difícil de precisar é em que momento o termo *concept art* passou a ser utilizado. Nas fontes pesquisadas, não se encontrou uma utilização expressiva do termo e o estabelecimento de uma data específica tornou-se inviável. Mais importante, entretanto, é acompanhar que funções estão atreladas a essa atividade que assumiu várias designações ao longo do tempo.

Inicialmente a observação recai sobre a primeira etapa na produção de longas-metragens da Disney Animation, que vai do lançamento de *Branca de Neve e os Sete Anões*, na década de 1930, até *Mogli* lançado em 1967. Walt Disney faleceu em 1966, e esse período foi marcado por grande desenvolvimento em termos técnicos e metodológicos. Obviamente, nas primeiras produções da Disney, o termo *concept art* não era utilizado – se é que existia – na indústria cinematográfica. Os termos comuns na indústria cinematográfica eram direção de arte e *design* de produção. Mesmo na Disney – onde a função de *inspirational sketch artist* existia desde os anos de 1930 –, nem sempre o trabalho de desenvolvimento visual era detalhadamente creditado ou era creditado com designações muito específicas como *character designer* e *stylist*, por exemplo.

Vejamos os exemplos de algumas das primeiras produções da Disney. Em *Branca de Neve e os Sete Anões* (1937), *Pinóquio* (1940) e *Dumbo* (1941) são creditadas as funções de *character design*, *art direction* e *background*. Não há nenhuma referência à *inspirational sketch* ou *visual development*. Entretanto, em *Bambi* (1942) os créditos iniciais discriminam apenas as funções de *art direction* e *background*, excluindo-se o *character design*. É óbvio que a função existiu, mas algo na avaliação do processo fez com que ele não fosse creditado. Os termos surgem e desaparecem dos créditos a cada filme, entretanto *layout* e *backgrounds* são termos constantes. Sabemos, contudo, que essas atividades só podem ser levadas a cabo após ter sido concluída a etapa de *concept art* ou de *visual development*. Em *Cinderela* (1950), já encontramos a designação *Color and Styling*. Os *color scripts* são uma etapa fundamental em um filme de animação e o fato da função ser nomeada distintamente de outras é significativo. A *Bela Adormecida* (1959) tem uma extensa equipe de arte e as funções estão mais bem identificadas nos créditos iniciais. Além dos já tradicionais departamentos de *layout* e *background*, são creditados *production design*, *character styling* e *color styling*. Esta etapa da Disney que se encerra com *Mogli* (1967) não apresenta grandes mudanças quanto à dinâmica de registro. Essa dinâmica pode ser, na verdade, um reflexo da própria forma de operação de Walt Disney frente ao estúdio, o que se refletia na metodologia. Segundo Frank Thomas e Ollie Johnston em *The Illusion of Life*, Disney nunca construiu uma organização no sentido estrito que a palavra pode assumir. Para os autores, Walt contava com um time de profissionais talentosos que ele poderia combinar continuamente dependendo das necessidades do projeto, e buscava o melhor esforço criativo em vez do sistema operacional mais eficiente (185). E complementam: “*There were titles, and departments and job classifications without end, but they had more to do with responsibility than authority*” (JOHNSTON & THOMAS, 1981, p.185). Thomas e Johnston afirmam que o método de trabalho do estúdio era eminentemente coletivo e que todos da equipe criativa participavam ativamente do processo. Um filme da Disney Animation nos tempos de Walt era um trabalho de grupo.

É interessante dar um salto na filmografia do estúdio para perceber como o método de operação e gestão sofreram alterações importantes ao longo do tempo e que os padrões metodológicos atuais são fruto de um processo em constante desenvolvimento. A *Pequena Sereia* (1989) é o filme que inaugura um novo

período de sucesso da Disney Animation que só se esgotou no final dos anos de 1990 com a ascensão da animação 3D. Na época, o estúdio estava sob a direção de Jeffrey Katzenberger, atual CEO da Dreamworks e que contava com uma bem sucedida carreira como executivo de emissoras de televisão. É nítida a maior estruturação na organização de departamentos quando analisamos as funções listadas na cartela de créditos dos filmes. Em *A Pequena Sereia* as funções são *art direction, layout, backgrounds, color models supervisor, character design, visual development*. Essas funções se repetem em *Alladin, Rei Leão, Corcunda de Notre Dame, Hercules, Mulan e Tarzan*. Esta constância indica que por esta altura as funções provavelmente já se encontravam bem definidas e com designações regulares. A própria atividade de desenvolvimento visual ou *inspirational sketches*, como era chamada nos primórdios da Disney, tinha então pelo menos duas designações bem claras: *character designer e visual development*.

Contemporaneamente, como foi dito anteriormente, quem dita os padrões tecnológicos e metodológicos da indústria de animação estadunidense e, talvez, do mundo todo não é mais a Disney Animation, e sim a Pixar, estúdio responsável por sucessos tais como *Toy Story, Monstros S.A. e Incríveis*. Analisar a estrutura e a nomenclatura utilizada pela Pixar para as funções de concepção visual dos filmes torna evidente – ao menos em parte – a metodologia do estúdio com maior êxito de público e crítica desde a era de ouro da Disney. Para este estudo, vamos nos deter apenas nos setores e funções cujas tarefas identificamos como sendo diretamente do escopo do *concept art*, ou seja, o desenvolvimento visual primário do filme. Esta categorização elimina desde já qualquer departamento cujo trabalho seja subsequente ao do *concept art*, por exemplo, os setores de *layout, background, escultura e modelagem*.

O primeiro longa-metragem da Pixar foi *Toy Story*, lançado em 1995. Marco na animação por ser considerado por muitos como o primeiro longa-metragem de animação computadorizada do mundo, o filme conta com a seguinte relação de funções e cargos ligados ao desenvolvimento visual nos créditos: *art direction, designer/illustrator, character design, concept artwork, CG painter e sculptor*. É curioso que, em seu primeiro longa, a Pixar tenha utilizado a terminologia *concept artwork* para designar as funções ligadas ao desenvolvimento visual ou *concept art*. Entretanto, em *Vida de Inseto (1998)*, segundo longa-metragem do estúdio, essa nomenclatura não foi mantida: *art director, sketch artists, character design,*

*additional character design, visual development*. Nos filmes que vieram a seguir, os nomes das funções nos créditos foram se alternando, mas fica claro que a função se manteve constante em todas as produções. As funções de *character design* e *visual development* estão presentes em todas as produções, mesmo que com variações de nomenclatura. Em algumas produções, surgem novas funções, como em *Ratatouille*, em que surge pela primeira vez o termo *environment designer*, que retorna em *Up* levemente modificada: *environment art director*.

As *designações* variam sensivelmente entre as produções e entre os diferentes estúdios, mas o método parece mais do que sedimentado na indústria da animação cinematográfica. O que chama mais a atenção é o volume de pessoas envolvidas na tarefa de transformar ideias em imagens. Em *Toy Story* apenas naquelas funções identificadas anteriormente, contou-se um total de 23 profissionais exercendo atividades ligadas ao processo de desenvolvimento visual. Em *Monstros S.A.*, contou-se 24 profissionais e, em *Toy Story 3*, chegou-se a 36 integrantes da equipe envolvidos com diversas etapas de desenvolvimento visual. Esses números não são absolutos, pois a verificação limita-se a uma única fonte que são os créditos dos filmes, mas independente de possíveis variações na contagem, fica evidente em primeiro lugar que o processo de desenvolvimento visual em filmes de animação nos grandes estúdios é coletivo.

A questão da segmentação – ou seja, cada profissional se dedica a uma etapa específica do trabalho em uma determinada produção –, é difícil de ser verificada sem observação de campo. A impossibilidade de realizarmos a observação nos departamentos de arte dos grandes estúdios nos leva a lançar mão das informações disponíveis nos livros de Arte e extras dos DVDs das grandes produções. A produção que vamos investigar é o filme *Mulan*, da Disney. Em primeiro lugar, é válido detalhar a estrutura da equipe de desenvolvimento visual do filme:

*Production design*: Hans Bacher

*Art direction*: Ric Sluiter

*Character design* : Chen-Yi Chang

*Layout*: Robert Walker

*Backgrounds*: Robert E. Stanton

*Character design/visual development*: Sai Ping Lok, Paul Felix, Marcelo Vignali, John Puglisi, Caroline K. Hu, Robh Ruppel, Alex Nino, Richard P. Chaves, Jean Gilmore, Sue Nichols, Peter de Seve.

As equipes de *layout* e *background* não estão listadas aqui em função de serem responsáveis por etapas posteriores ao desenvolvimento visual. Alguns nomes de peso na indústria figuram nessa lista e no livro *The Art of Mulan* é possível observar várias artes de personagens produzidas por diferentes artistas.

O disco de extras traz a seção denominada *Art Design*, em que a equipe de produção expõe os métodos utilizados para chegar ao resultado estético final do filme. Segundo o relato do diretor de arte Ric Sluiter, há duas maneiras de definir o estilo visual de um filme. A primeira é encontrar um artista que tenha o estilo que se deseja alcançar para o filme e condicionar todas as decisões estéticas do filme a partir dessa referência. Um dos exemplos dessa metodologia citado por Ric Sluiter é *Pinóquio*, em que o ilustrador Gustav Tenggren determinou o estilo geral do filme. Outro caminho possível é deixar que o estilo visual do filme se desenvolva progressivamente ao longo do processo. Ric Sluiter chama a atenção para o fato de que esse é um processo bastante trabalhoso.

Segundo a produtora Pam Coats, apesar do grande efetivo de artistas competentes que trabalhava no desenvolvimento visual, a equipe não estava alcançando unidade estética. Esta unidade só começa a ser alcançada a partir do ingresso do *production designer* Hans Bcher na equipe de desenvolvimento visual. Coats lembra que o estilo de Bacher era extremamente simples e gráfico e essas qualidades aliadas aos elementos da arte chinesa acabaram por definir em parte o estilo visual do filme, baseado em formas amplas com poucos detalhes e que foi denominado pela equipe como “simplicidade poética”. Este estilo, segundo observação do *artistic supervisor layout* Robert Walker, seria menos realista do que o de produções anteriores como *O Corcunda de Notre Dame*.

O outro ponto decisivo na definição do estilo visual de *Mulan* foi o trabalho do *designer* de personagens Chen Yi Chang. Para o diretor Tony Bancroft, foi Chang – nascido em Taiwan – quem trouxe uma riqueza enorme de detalhes tipicamente chineses para o filme. Bancroft destaca que o encontro dos estilos de Bacher e Chang foi o que definiu o estilo visual de *Mulan*.

No livro *The Art of Mulan*, há um interessante comentário de Aaron Blaise – *Supervisor Animator* do filme – sobre o impacto do trabalho de Chen Yi Chang sobre o desenvolvimento visual de *Mulan*:

*All of us drew and drew and drew and drew, and by this time we had our own individual characters, and we kind of had personalities, and we all did tons*

*of designs of them – but none of the designs matched as one. There wasn't a harmonious design theme through them. Then Chen Yi came in and just unified everything.* (KURTTI, Jeff. *The Art of Mulan*. New York: Hyperion, 1998. P. 86)

É interessante perceber que apesar de ser creditado como *animator supervisor*, Aaron Blaise está relatando participação em um processo de desenvolvimento visual de personagem.

O que parece ficar claro é que o processo de desenvolvimento visual de um filme de animação é extremamente dinâmico, como deixa claro o relato de Ollie Johnston e Frank Thomas transcrito acima, e como observa Andres Lieban, diretor de animação do estúdio brasileiro 2D Lab na entrevista que será detalhada no capítulo 4.3, ao observar que o processo de desenvolvimento visual de um filme é extremamente orgânico.

A existência de alguma segmentação parece não interferir no dinamismo do processo, pois um profissional pode surgir em outra função nas produções seguintes ou acumular funções em uma mesma produção. Um bom exemplo é Bob Pauley, que assumiu diversas posições no departamento de artes da Pixar. Em *Toy Story* integrava a equipe de *concept artwork*. Ocupou os cargos de *art diretor* e *character designer* em *Vida de Inseto* e *production designer, character designer* em *Monstros S.A.* Em *Toy Story 3* atuou como *production designer* e *additional character designer*.

No próximo subcapítulo da unidade 3, procuraremos entender os procedimentos de desenvolvimento visual em um filme de animação, e, para tanto, vamos nos debruçar sobre o processo metodológico do *concept art* à luz da metodologia do *Design*.

### **3.3 Concept art como atividade projetual**

O objetivo deste subcapítulo é refletir sobre o processo de desenvolvimento do *concept art* tendo como referência a metodologia do *Design*. No subcapítulo 2.2, foi visto que o *concept art* herdou uma extensa tradição metodológica oriunda das artes plásticas e, no subcapítulo 2.3, foi estudada a herança narrativa que o *concept art* recebeu da ilustração. Outra questão fundamental – e da qual nos ocuparemos neste subcapítulo – é que o *concept art* está inserido em uma estrutura de negócio eminentemente industrial, o que fez com que a metodologia

das artes plásticas, da qual a ilustração se apropriou e que se tornou parte fundamental da metodologia do *concept art*, tivesse que se estruturar de forma a atender às exigências de produção do Cinema de Animação, forma de arte coletiva, dependente da tecnologia e com organização funcional baseada na divisão e especialização do trabalho.

O conhecimento sobre o desenvolvimento do *Design* pode nos ajudar na compreensão da tensão entre uma metodologia oriunda das artes plásticas com perfil eminentemente artesanal que é inserida em um contexto de produção industrial, uma vez que esse mesmo processo aconteceu na implantação do *Design*. É importante notar que a ideia sobre o que é *Design*, as funções associadas a ele e o seu *status* na sociedade foram se transformando ao longo de sua história exatamente como aconteceu com as Artes. Não há aqui a pretensão nem a necessidade de fazer um revisionismo a respeito de todas essas visões sobre o *Design*, mas algumas serão abordadas por guardarem conceitos importantes para pensarmos o *concept art* e suas atribuições projetuais. Além disso, a abordagem dessas visões datadas historicamente em oposição aos conceitos contemporâneos sobre o *Design* auxiliam na ampliação dos horizontes sobre o campo e no estreitamento da fronteira com o *concept art*.

Vários autores se propõem a definir o que é *Design*, suas características metodológicas e seu desenvolvimento através da história. Rafael Cardoso em seu livro *Uma introdução à história do Design*, fornece a seguinte definição para a palavra design:

A origem imediata da palavra está na língua inglesa, na qual o substantivo design se refere tanto à ideia de plano, desígnio, intenção, quanto à de configuração, arranjo, estrutura (e não apenas de objetos de fabricação humana, pois é perfeitamente aceitável, em inglês, falar do design do universo ou de uma molécula). (DENIS, 1984, p.20.)

Cardoso complementa que o termo provém remotamente do latim *designare*, que abrange tanto o sentido de designar quanto o de desenhar, o que fornece ao termo “uma ambiguidade, uma tensão dinâmica, entre um aspecto abstrato de conceber/projetar/atribuir e outro concreto de registrar/configurar/formar.” (Ibid, p.20)

Para Cardoso, o *Design* é uma atividade que atribui forma material a conceitos intelectuais (Ibid, p.20), definição que coincide com aquela do termo

conceito formulada no subcapítulo 2.1. Podemos concluir, então, que *Design* e *concept art* materializam ideias expressas de diversas formas – particularmente por meio de signos linguísticos – e esta materialização pode ocorrer sobre diferentes suportes.

Para Rafael Cardoso, o *Design* é “uma atividade que gera projetos, no sentido objetivo de planos, esboços ou modelos” (Ibid, p.20). Esta característica projetual também está presente no *concept art*, uma vez que os cenários, personagens, adereços e planejamentos de cena produzidos pelo *concept artist* serão enviados para as equipes de produção para que sejam finalizados.

Tanto o *concept artist* quanto o *Designer* materializam ideias visualmente a partir das informações transmitidas pelo cliente. O *Designer* começa pelo *briefing*, documento em que constam todas as informações sobre o cliente, o produto o público alvo etc. O *concept artist* tem como fonte primária o roteiro ou a sinopse do filme e seus clientes são normalmente o diretor do filme, o diretor de arte e eventualmente o produtor. Seria procedente que o *concept artist* também recebesse ou até mesmo produzisse o seu próprio *briefing*. Ambos – *concept artist* e *designer* – criam visualidade a partir de informações, que na maioria dos casos estão expressas textualmente.

A ideia do *designer* como um mero criador de instruções para produção manufatureira foi predominante e pode ser encontrada em autores como em Adrian Forty, por exemplo. Essa visão, entretanto, está ultrapassada e não cabe mais no perfil complexo e abrangente da atividade hoje. Para Cardoso, a questão das instruções para a transformação de uma ideia em algo material, palpável, está na base da suposta distinção entre *Design*, artes plásticas e artesanato e a busca por esta distinção têm resultado em um conjunto de “prescrições extremamente rígidas e preconceituosas” sobre o que efetivamente é *Design* (DENIS, 1984, p.21). O *designer*, sob essa ótica, seria aquele que projeta, mas não procede a construção do objeto que projetou, o que nos dias atuais, particularmente após o desenvolvimento de novas tecnologias tais como as impressoras 3D, por exemplo, não pode ser tomado de maneira tão rígida. Em muitos casos, realmente, o *designer* está dissociado da execução final do produto projetado por ele, e a produção se dá por meios mecânicos aos quais o *designer* não tem acesso direto. Entretanto, apesar destas possíveis diferenças, para Cardoso, as artes plásticas, o artesanato e o *Design* têm muito em comum e os *designers* já reavaliam sua

posição, propondo uma nova valoração do fazer manual. Vimos, no subcapítulo 2.2, que a pintura e a escultura já eram projetuais no Renascimento, como deixa evidente o relato de Bellori a respeito da metodologia do pintor Federico Barocci.

Outra ideia que vigorou nos compêndios sobre *Design* por muito tempo foi a de que o *Design* estaria ligado unicamente à produção industrial. O crítico de arte Gilo Dorfles afirma categoricamente que uma das primeiras condições necessárias para se considerar um produto como pertence à categoria do *Design* “é que seja produzido por meios industriais e mecânicos; ou seja, mediante a intervenção, não apenas fortuita, ocasional ou parcial, mas exclusiva da máquina” (DORFLES, 1984, p.8). Esse é outro aspecto da visão sobre *Design* que está ultrapassado e que é desmontada por Cardoso. Cardoso cita o exemplo do *Design* para meios digitais como os sites de internet, em que o processo pode ser executado inteiramente por uma única pessoa e ainda assim estar disponível para o acesso a um público de massa. Uma página de internet é inequivocamente um produto de *Design* que tem um processo de produção artesanal, mas que não pode ser classificado simplesmente como artesanato. Não é nem *Design* de produto nem *design* Gráfico se tomarmos como referência a questão dos suportes, mas é gráfico na medida em que tem como função transmitir informação visual, e é um produto na medida em que é uma mercadoria. O *Design* inclusive tem uma contribuição contemporânea importante no desenvolvimento estético, de gestão e de processos não industriais como artesanato, grafite etc.

O exemplo de Cardoso cabe perfeitamente no filme de animação comercial. É um produto na medida em que se destina ao mercado de exibição de filmes. A imagem audiovisual é gráfica no sentido em que transmite informação, mas não é impressa. E isso já é algo integralmente incorporado ao *Design* a partir do advento das mídias eletrônicas e digitais. A equipe de direção de arte como um todo – e particularmente o *concept artist* – trabalha no processo de preparação dos modelos que darão a aparência do filme. Os filmes produzidos em programas de computação gráfica têm as etapas de desenvolvimento visual e de produção bem definidas e obviamente são mais fáceis de serem percebidos como produtos industriais por dependerem da intervenção da máquina de maneira ostensiva, mas não seria razoável chamar de artesanal uma produção *full animation*, em que o trabalho foi dividido entre uma equipe enorme, apenas porque as células de animação foram produzidas em lápis e papel, mesmo porque, como vimos, já não

seria também a natureza artesanal que impediria o método projetual. Essa visão restrita estaria logo em cheque ao nos depararmos com os filmes em *full animation* produzidos em programas vetoriais. O filme de animação é um produto que se desenvolve, então, com uma clara influência do *Design* e este se insere na produção através da direção de arte e consequentemente do *concept art*.

É exatamente nesta região nova e ainda em fase de exploração, essa área do *Design* que está se constituindo conforme os dispositivos digitais e a própria noção do que é a atividade rompem com as antigas fronteiras entre *Design* e artes plásticas que já haviam sido historicamente esfumaçadas – como visto antes –, que está localizado o *concept art*, atividade que recebe heranças de outras artes visuais, mas cujas funções são particulares e voltadas para a cultura de massa, que antes não existia.

Outro autor importante para se refletir sobre as questões do *Design* é André Vilas-Boas, que, em seu livro *O que é e o que nunca foi Design Gráfico*, coloca quatro aspectos importantes que definem se um objeto pode ser considerado como fruto de *design* gráfico: aspectos formais, aspectos funcionais-objetivos ou simplesmente funcionais, aspectos metodológicos e aspectos funcionais-subjetivos ou simbólicos (VILAS-BOAS, 1998, p.8). Neste subcapítulo, estamos analisando o aspecto metodológico do *Design* para comparar com a metodologia do *concept art*. Ao longo deste trabalho, temos focado também no aspecto funcional, ou seja, qual é a função do *concept art* na produção de um filme de animação comercial. As questões formais e simbólicas não estão expressamente analisadas neste trabalho, mas é importante registrar a relevância dessas questões no escopo do *concept art*. A dimensão comunicacional é a própria razão de existir da atividade e essa comunicação se expressa através das formas. O profissional deve ter domínio não apenas das anteriormente definidas habilidades técnicas de representação figurativa, quanto também pelo conhecimento de Teoria da Percepção e de Teoria da Comunicação.

Nos aspectos metodológicos, Vilas-Boas aborda a questão da autoria coletiva importante para o pensamento sobre *Design* e consequentemente sobre o *concept art*, uma vez que o filme de animação comercial é uma atividade dotada de atribuições artísticas em que a autoria compartilhada é sem dúvida uma realidade incontestável:

A autoria do *Design*, em geral, se reveste de um teor coletivo que inclui tanto o *designer* propriamente dito quanto o cliente que encomendou o projeto, a eventual intermediação de agentes entre um e outro (agências de publicidade, diretores de arte, produtores culturais etc.), os integrantes do processo de produção (artes-finalistas, gráficos, técnicos de acabamento, fabricantes e fornecedores dos insumos para a reprodução etc.), a conformação do público-alvo segundo a concepção do *designer*, do cliente e dos agentes intermediadores e, finalmente, a própria inserção simbólica do projeto junto ao público-alvo – sendo esta, necessariamente, intermediada por alguém que a analisa e avalia, que tanto pode ser o *designer* como o cliente ou os eventuais agentes intermediadores (VILAS-BOAS, 1998, p.52).

Todos esses envolvidos acabam por retirar a ação de um cunho exclusivamente expressivo. Entretanto, apesar de todos estes aspectos serem importantes, cabe aqui uma avaliação cuidadosa e é importante relativizar. Por mais que o *designer* tenha que negociar com as partes envolvidas no projeto, no que diz respeito aos aspectos formais e simbólicos, existem profissionais que trabalham de forma personalista e têm grande espaço de subjetividade nos projetos que realizam. Exemplos não faltam e alguns são notórios, por exemplo, Neville Brody e Javier Mariscal. Brody ficou notório na década de 1980 por utilizar a linguagem dos fanzines e a estética punk no *Design*. Mariscal alcançou reconhecimento internacional quando venceu o concurso de criação do mascote da Olimpíada de Barcelona. Seu estilo é marcado pela utilização da linguagem do cartum no *Design*.

Pensar que nenhum *designer* expressa sua subjetividade durante um projeto é o mesmo que dizer que um artista plástico sempre tem controle total sobre o trabalho. Um artista plástico que receba uma encomenda específica de um cliente – um painel para uma empresa, por exemplo – pode ter que se valer de características do método projetual para gerir certos aspectos de seu trabalho – solicitado ou não por um cliente. Em linhas gerais, entretanto, o artista plástico contemporâneo concebe sua obra e, depois desta pronta, submete-a ao público, o que não é o *workflow* típico do *Design*. O trabalho do *designer* obedece a parâmetros restritivos desde o início do projeto e dificilmente será isento de interferências externas, a menos que ele esteja trabalhando em um projeto totalmente pessoal.

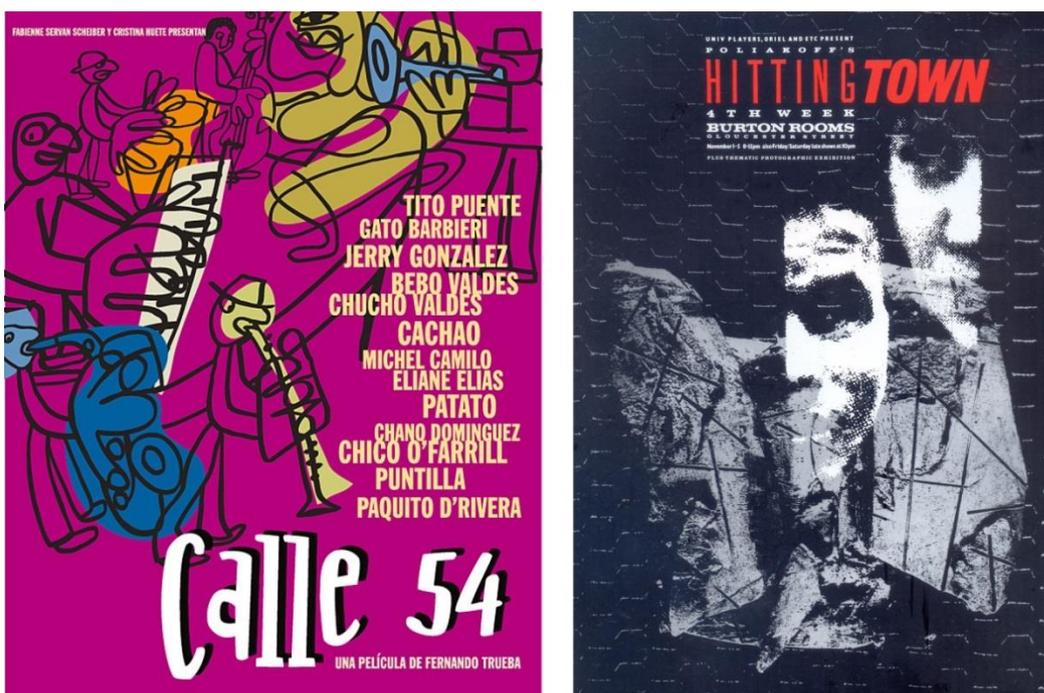


Figura 12 - Trabalhos de Javier Mariscal e Neville Brody, respectivamente, que demonstram o grau de subjetividade que o *designer* pode inserir no trabalho.

O *concept artist* está inserido na mesma lógica de trabalho do *designer* no que diz respeito à autoria, pois sua autonomia é limitada pelo diretor de arte, e em última instância esbarra invariavelmente nas decisões do diretor. Mas assim como o *designer*, o *concept artist* não é um autômato e existe espaço para o desenvolvimento de trabalho com forte carga de subjetividade, dependendo da natureza da produção. Obviamente em uma produção própria, autoral, a autonomia do *concept artist* é total e esse grau de autonomia criativa varia de acordo com as características do projeto.

Praticamente todos os *designers* – não importando em qual segmento estejam atuando; se preferem trabalhar sozinhos ou inseridos em equipes, se canônicos ou não canônicos – compartilham uma ferramenta de trabalho: o projeto. A metodologia projetual é um dos pontos mais característicos do *Design* e hoje atinge contornos que extrapolam a simples solução estético/funcional. Surgiram novas formas de pensar o papel do *Design* e, em consequência, novas abordagens metodológicas como o *design thinking*. Villas-Boas define a importância da metodologia projetual para o *Design*:

O design gráfico enquanto atividade profissional e parâmetro conceitual para análise de objetos comunicacionais requer uma metodologia específica através da qual o profissional tenha controle das variáveis envolvidas no projeto. E faça opção expressa entre alternativas de consecução, a partir de testagens realizadas por ele ou por outrem. (VILAS-BOAS, 1998, p.15)

Para Vilas Boas o projeto não é apenas um elemento de caracterização do *Design*, mas a sua própria essência, definindo a própria inserção de uma atividade no campo do *Design*. Ele afirma que uma atividade ou um objeto só podem ser enquadrados na categoria de *design* gráfico se a metodologia projetual – problematização, concepção e especificação – tiver sido expressamente considerada “ainda que sem o uso formal do léxico e do aparelho conceitual” próprio da área (VILAS-BOAS, 1998, p.15). E completa:

É através da atividade projetual, que “o desenhista industrial coteja requisitos e restrições, gera, seleciona alternativas, define e hierarquiza critérios de avaliação e engendra um produto que é a materialização da satisfação de necessidades humanas, através de uma configuração e de uma conformação palpável [...]” (Ibid, p.20)

A metodologia está presente no *concept art* desde sempre, e, como vimos anteriormente, uma parte substancial foi herdada das artes plásticas e da ilustração; entretanto, o contexto em que está inserido o *concept art* o coloca alinhado com questões semelhantes às do *Design*. É um grande processo de análise, geração de alternativas e escolhas com que o profissional deve lidar. O diretor de arte delega aos membros da equipe as diversas etapas de desenvolvimento visual e de finalização artística do projeto. Nessa configuração, os artistas de *concept* responsáveis pelo desenvolvimento visual dividem entre si diversas etapas do processo. Vão se debruçar sobre personagens, cenários e adereços, muitas vezes com mais de um artista trabalhando em um mesmo personagem, por exemplo. O constante processo de testes dos *concepts* gerados sempre buscando o aprimoramento do trabalho, o intercâmbio de detalhes entre trabalhos de diferentes artistas, a busca pela unidade estética do filme são algumas das questões que o *concept artist* tem que enfrentar e a metodologia auxilia nesse processo. A criação do personagem Banguela no filme *Como Treinar seu Dragão* (Dreamworks Animation. 98min. 2010). é um ótimo exemplo desse processo. Como o próprio título nos informa, no filme há dragões, criaturas mitológicas que, até onde sabemos, nunca existiram. Entretanto, existe uma numerosa iconografia

formada a respeito destas criaturas que estão mais do que consolidadas no imaginário coletivo. Um dos desafios da equipe de arte do filme era fazer dragões diferentes de tudo que houvesse sido feito antes, já que a intenção era não trabalhar com o modelo clássico de dragão comumente difundido na mídia, e o desenvolvimento visual do personagem Banguela, um dragão da espécie Fúria da Noite que se torna o melhor amigo de Solução, protagonista do filme, é emblemático pelas dificuldades extras que a própria equipe se impôs. No *making of A Técnica Artística do Dragão* no DVD de *Como Treinar Seu Dragão*, o codiretor Dean DeBlois diz que a equipe de arte buscou referência em mamíferos como lobos e, principalmente, em felinos como a pantera negra. No livro *The Art of How to Train Your Dragon*, DeBlois amplia nossa visão sobre o processo criativo do Fúria da Noite, que tem semelhanças com o processo criativo da ilustração:

*His color was inspired by a black panther screensaver on one of four story artist's monitors. That image was striking and electrifying, with those eyes staring out from the darkest black face. (ZARNEKE, 2010, p.27)*



Figura 13 - Desenvolvimento visual do personagem Banguela do filme *Como Treinar Seu Dragão*.

A busca por um resultado inusitado gerou obviamente uma quantidade grande de alternativas, opções, e muito teve que ser cotejado em termos de informação até que uma opção fosse considerada ideal para aquilo que se pretendia para o visual do personagem. Talvez o procedimento de trabalho do *concept artist* não seja tão integralmente regido pelo método projetual, mas, sem dúvida, há procedimentos em comum. O mais importante, entretanto, é que *concept art* e *Design* compartilham o mesmo objetivo, ou seja, o desenvolvimento de informação visual que comunique um determinado conteúdo.

O que se percebe no processo descrito acima é a busca pela solução de um problema estético e comunicacional para um personagem de destaque no filme. A busca por uma forma que expresse a função narrativa de um personagem. Um dos pontos de destaque da atividade do *Design* é a solução de problemas. O livro *Das coisas nascem coisas*, do *designer* italiano Bruno Munari, foi uma das principais referências em metodologia do *Design*. Hoje, talvez esteja superado pelas novas formas metodológicas do campo, mas recorreu-se a ele para definir de forma mais precisa o que é o problema no *Design*. Para Munari, cabe ao *designer* definir o problema, que é resultado de uma necessidade e que não se resolve por si. Entretanto, ele contém todos os elementos para a sua solução. Esses elementos devem ser conhecidos pelo *designer* para que possam ser utilizados no projeto que solucionará o problema (MUNARI, 2002, p. 30). Um problema pode ser dividido em seus componentes; operação que “facilita o projeto, pois tende a pôr em evidência os pequenos problemas isolados que se ocultam nos subproblemas”. Cada um desses pequenos problemas deve ser resolvido antes de seguir adiante com o projeto (Ibid. p.36).

O filme de animação *Hellboy: a espada das tempestades* (Starz media. 77min. 2006) é um bom exemplo de solução de problemas específicos através do *design* do personagem. Personagem oriundo das histórias em quadrinhos e com características físicas muito peculiares, Hellboy não foi criado originalmente para ser animado. Seu criador, o ilustrador e quadrinista Mike Mignola, preocupou-se com as características expressivas do personagem incluindo uma série de detalhes que incrementassem a sua silhueta. Entretanto, ao ser transposto para o universo da animação, particularmente para animação 2D, essa silhueta gerou dificuldades adicionais. Ao analisarem o personagem, a primeira coisa que saltou à vista dos produtores era a sua assimetria. Hellboy tem uma enorme mão direita de pedra

desproporcional ao resto do corpo e no lado oposto a cartucheira de seu revólver, chamado de Samaritano. Essas duas características complicaram o trabalho dos animadores, dificultando o giro de 360° do personagem. A simetria do personagem em animação diminui o nível de dificuldade de um trabalho que, por natureza, é extremamente laborioso. Os *designers* do filme, particularmente o então novato – e principal *concept artist* do filme – Shawn “Cheeks” Galloway, tiveram que simplificar as formas para que o personagem pudesse ser adaptado para a animação sem lhe retirar o charme original. A solução foi trabalhar com uma silhueta marcante e com estética do cartum.

Entretanto é importante frisar que a identificação do problema é importante, mas é apenas uma dentre outras etapas da metodologia do *Design*. Ambrose e Harris no livro *Design Thinking*, enumeram sete etapas no processo do *Design*: definição, pesquisa, geração de ideias, prototipagem, seleção de alternativas, implementação e aprendizagem (AMBROSE e HARRIS, 2011, p.12). As nomenclaturas podem variar, assim como as etapas podem ser subdivididas e mais detalhadas dependendo do autor; entretanto, o cerne do processo metodológico está contemplado nessas categorias. A primeira etapa diz respeito à definição do problema e dos objetivos do projeto. A seguir vem pesquisa – ou levantamento de dados –, que se refere à coleta de informações que possam alimentar o processo criativo. Essa pesquisa, segundo Ambrose e Harris, pode ser quantitativa – baseada em estatísticas sobre público alvo, mercado consumidor etc. –, ou qualitativa – informações sobre hábitos do consumidor e seu estilo de vida, por exemplo. A geração de ideias ocorre a partir do *briefing* – onde está definido o problema –, e da pesquisa. A partir dessas informações, o *designer* pode iniciar o processo de geração de alternativas para o projeto por meio de ferramentas tais como *brainstorming*, esboços e rafeis preliminares. A prototipagem é a materialização de um modelo do produto que será apresentado para avaliação aos membros da equipe, ao cliente que solicitou o trabalho e aos grupos de foco antes que o produto seja produzido e entregue ao usuário final. Na etapa de seleção, serão escolhidas aquelas soluções que estiverem de acordo com as demandas do projeto. Após a seleção das alternativas, segue-se a implementação do projeto, ou seja, o produto ou serviço será disponibilizado para o consumidor final. Finalmente, após a implementação do projeto, os autores incluem a etapa de aprendizado na qual são avaliados os resultados do processo pela equipe de *design*

com base no *feedback* dado pelo cliente. Essa etapa que, no livro de Ambrose e Harris é chamada de aprendizado, também pode ser encontrada em outros textos sobre metodologia do *Design* com o nome de validação e é uma parte importante da metodologia projetual.

Recentemente a metodologia do *Design* assumiu maior destaque em função da constante busca por inovação na sociedade de consumo e passou a ser um paradigma importante não mais apenas para o *Design*. O processo do *design thinking* passou a ser um modelo de desenvolvimento de soluções criativas tanto para produtos quanto para serviços. Ainda mais importante é a percepção de que o *Design*, hoje, é entendido como algo mais abrangente do que simplesmente a produção de bens materiais produzidos por processos mecânicos. Rafael Cardoso convida a pensar o *Design* em um sentido mais amplo:

[...] como uma área múltipla, capaz de abarcar desde a criação de interfaces de navegação visual até o reaproveitamento de garrafas PET, e como um meio profissional plural, que possa acomodar, sem facciosismo, produções tão diversas quanto móveis dos irmãos Campana e os quadrinhos de Angeli. (DENIS, 1984, p.253)

O *Design*, hoje, não está mais preso como esteve, no passado, ao produto industrial produzido através de meios mecânicos, e tampouco exclui de seu escopo as questões da imagem em movimento e da interatividade. Mesmo em Bruno Munari – um autor cujo trabalho deve ser atualizado pela evolução da tecnologia e do conceito de *Design* – cita o Cinema e a televisão entre diversas áreas possíveis de atuação para o *designer*, listando atividades tais como titulação de programas televisivos; titulação de filmes; efeitos especiais; textos, grafismos e animação de imagens dentre outras, como pertencentes ao universo do *Design*. Munari já considerava a imagem em movimento campo para a atuação do *designer*.

Atualmente os cursos especializados em mídias digitais são um bom exemplo da atuação do *designer* nas mídias audiovisuais. A PUC-RJ e a PUC-SP têm em seus portfólios os cursos *Design – Mídia Digital e Tecnologia em Mídias Digitais* respectivamente. Ambos são cursos transdisciplinares em que o *Design* é questão fundamental e as disciplinas vão da tecnologia informática ao *Design*. Mesmo antes do surgimento de cursos especializados, a questão das mídias era contemplada nos cursos de *Design*. Não há dúvida que hoje as mídias digitais são

áreas que passam pelas questões funcionais e estéticas, além das questões simbólicas e comunicacionais, e todas essas instâncias estão na área de abrangência do *Design*.

Conforme explicado anteriormente, a metodologia do *Design* será a referência para avaliarmos a metodologia do *concept art*, mas antes, é importante ter uma visão mais detalhada de algumas funções essenciais no processo de desenvolvimento visual de filmes de animação. A partir das funções extraídas da cartela de créditos dos longas-metragens animados da Pixar, construiremos com o auxílio da bibliografia breves definições para as funções mais importantes para este trabalho. Assim será possível separar o que está no escopo de tarefas de *concept art* e o que já está fora das atribuições de um profissional que esteja ocupando essa função.

O diretor de arte é responsável pela impressão visual geral do filme. Todos os elementos visuais do filme são desenvolvidos sob a sua orientação e aprovados em última instância por ele. (HAN, 2000, p.29)

*Character designer* é o profissional que cria os personagens de um filme, sejam eles humanos, animais, criaturas ou objetos. Os personagens devem ser dotados de personalidade e ter apelo visual. O *character designer* deve pensar no personagem como um todo, em seu figurino, seus adereços, estilo de cabelo, tudo que puder definir o personagem e sua personalidade para a audiência. Em uma típica produção dos grandes estúdios, vários profissionais podem trabalhar na função. Na equipe de *Toy Story*, são listados oito profissionais na função de *character designer*.

Consideramos, neste trabalho, as denominações *visual development*, *inspirational sketches* e *stylist* como diferentes maneiras de nomear o *concept art*. O *visual development artist* indica qual será a atmosfera, o estilo e o *Design* do filme em termos visuais. Pode ser um artista convidado apenas para emprestar seu estilo, como é o caso do cartunista britânico Gerald Scarfe em *Hercules*, da Disney, mas também pode ser um profissional experiente no processo de desenvolvimento visual de filmes como Rob Ruphel. Seja como for, é um trabalho realizado em equipe conforme podemos ver nos créditos de filmes de *Toy Story*, em que são listados oito profissionais como *concept artists*. No livro *A técnica da animação cinematográfica* John Halas e Roger Manvell nomeiam este

profissional como projetista e o definem como “responsável pela impressão gráfica a ser causada pelo filme”. (HALAS e MANVELL, 1978, p.218)

Essas funções são importantes para entender o processo de desenvolvimento do *concept art* nos longas-metragens de animação dos grandes estúdios. Ele está a serviço da história, citada como o elemento mais importante de qualquer produção no *making of's* dos filmes dos grandes estúdios. A história é a espinha dorsal de qualquer filme, e o *concept art* é o pontapé inicial para contar a história por meio de imagens. O audiovisual, como o próprio nome diz, depende de imagens para estabelecer efetivamente sua comunicação, e todos os esforços durante a produção serão feitos para que a ideia inicial expressa na sinopse e no roteiro se transforme em uma narrativa visual. A narrativa visual será definitivamente detalhada no storyboard, mas o *concept art* está no início do seu desenvolvimento. A visualidade de um filme de animação, entretanto, não é aquela dos livros ilustrados ou das histórias em quadrinhos, pois em animação existe o movimento, parte fundamental da expressão cinematográfica. Quando finalmente história, *Design*, movimento e som são reunidos, o filme de animação se materializa e se torna algo único, que transcende a simples soma de suas partes.

Geralmente é a partir da história que os artistas de *concept art* vão começar o seu trabalho. David Silverman, codiretor de *Monstros S.A* (Pixar Animation. , 92min. 2001) diz, nos extras do DVD do filme, que, antes de qualquer coisa ser feita no computador, tudo deve ser desenhado. É o mesmo processo desde *Branca de Neve e os Sete Anões*, afirma Silverman. Metodologicamente, o procedimento desenvolvido na Disney, nos anos de 1930, não sofreu transformações significativas, apenas atualizações.

Assim como o *designer*, o *concept artist* começa com um problema de comunicação. O problema para este e para todas as equipes de arte envolvidas no filme é a história. Como interpretar visualmente a história para construir um mundo que seja a expressão daquela história e de nenhuma outra. Os caminhos para a solução desse problema estão expressos na metodologia empregada.

No filme *Hercules* (1997), da Disney, o estilo foi baseado no trabalho do cartunista britânico Gerald Scarfe. Entretanto, Sue Nichols relata no livro de arte do filme que os diretores, Ron Clemens e John Musker, queriam manter as características do estilo gráfico de Scarfe com o estilo dos filmes da Disney, e, ao mesmo tempo, com um apelo visual grego. Para integrar com sucesso as

diferentes influências artísticas que concorriam para a formação da visualidade do filme, foram feitos *style boards*, pranchas que continham coleções de referências visuais de formas e padrões estéticos da arte grega, esboços preliminares de Gerald Scarfe e de artistas da Disney. Depois, esse material foi condensado e refinado, resultando no *style guide*, ferramenta de guia sobre o estilo gráfico geral do filme. Essa pesquisa de referências é importantíssima para que os artistas envolvidos no processo de desenvolvimento visual sejam alimentados com informações que lhes permita ter um direcionamento durante o processo criativo. A busca por referências, entretanto, não necessariamente se esgota com os *style guides*. Em muitas produções, particularmente aquelas que lidam com culturas ou lugares específicos, a equipe de arte é enviada para fotografar, pintar e vivenciar o lugar. No caso de *Mulan* (Disney, 1998), figuras chaves da equipe – Pam Coats, Barry Cook, Ric Sluiter, Robert Walker e Mark Hem – foram enviadas para a China, onde coletaram referências diversas sobre arquitetura indumentária, cores, enfim, tudo que pudesse criar o mundo em que a protagonista viveria suas aventuras (KURTTI, Jeff. 1998. p. 44). Ainda nos momentos iniciais do projeto, artistas chineses foram contratados para produzirem *sketches* inspiracionais (Ibis. p.14). Os exemplos podem se estender longamente, passando pelos clássicos da Disney e da Pixar, os filmes da Dreamworks e da Blue Sky. O processo de pesquisa visual é fundamental para a narrativa imagética do filme.



Figura 14 - *Style boards* do filme *Hércules* da Disney.

A etapa subsequente na busca deste mundo visualmente coerente são os rafe, ou seja, as centenas de esboços que são produzidos como registro de ideias na busca de soluções de *design* para o filme. O rafe é uma ferramenta universalmente utilizada nas artes visuais e está para o *concept artist* assim como a anotação textual está para o roteirista, por exemplo. Normalmente, algo só é finalizado após ter sido formalmente resolvido na etapa de esboços, que podem ser garatujas simples a lápis ou desenhos um pouco mais elaborados já com uma prévia indicação de cor. O *concept art* – além de estabelecer qual será o visual do filme – poupa tempo e dinheiro, duas variáveis críticas em uma produção comercial, e o rafe poupa tempo no próprio processo do *concept art*, pois alterações podem ser feitas muito mais facilmente nessa etapa.

Após a etapa de rafe, inicia-se a finalização das opções escolhidas. Nesta etapa, são feitas ilustrações bem acabadas que apresentam os personagens mais próximos de como aparecerão no filme. O tipo de finalização vai depender do estilo do filme, podendo ser desde traço e cor chapada até pinturas digitais com acabamento realista. Entretanto, é importante não entendermos essas etapas como estanques ou extremamente estruturadas. O processo pode ser bem orgânico e cheio de reviravoltas, e a questão da unidade estética e visual do filme é um problema que precisa ser acompanhado de perto pelo designer de produção ou pelo diretor de arte, normalmente os elementos da equipe que tem a noção do conjunto.

O filme *Kung Fu Panda* da Dreamworks Animation é um ótimo exemplo. Segundo o autor do livro *The Art of Kung Fu Panda*, vários artistas haviam trabalhado no *design* de personagens no início da produção, mas o diretor John Stevenson queria uma maior unidade visual, pois concluiu que a estrutura visual do projeto era incongruente até aquele ponto e que isso poderia distrair a plateia (ZARNEKE, 2008, p.14). Foi então que, em cinco semanas, Stevenson, o *designer* de produção Raymond Zybach e o *concept artist* Nico Marlet refizeram todo o *line up* de personagens. O resultado foi a conquista da unidade visual ao longo de todo o filme: “*When the crew saw Marlet’s unique yet complementary creations, everyone realized that “they gave the world such integrity and consistency”, reminds producer Melissa Cobb.*”. (Ibid, p.14)



Figura 15 - Diversos estágios do desenvolvimento visual do personagem Po de Kung Fu Panda.



Figura 16 - Personagens desenhados por Nico Marlet para Kung Fu Panda.

O livro *Inspired 3D Short Film Production*, de Jeremy Cantor e Pepe Valencia, é focado na produção de curtas de animação. Apesar do foco desta pesquisa ser a animação comercial de longa metragem, ainda assim, o livro oferece bom material para refletirmos um pouco mais sobre as questões do desenvolvimento visual para animação. O processo de *design* de personagem é bem detalhado pelos autores, que discriminam as ferramentas que consideram importantes para o desenvolvimento de personagens: nomes, textos narrativos ou

citações, *design* e comportamento (CANTOR & VALENCIA, 2004, p.69). Por meio do *design*, o *concept artist* pode evidenciar questões importantes para a compreensão do personagem tal como a sua personalidade, como discutiremos adiante de forma mais aprofundada. É importante estar consciente de que motivações e objetivos são aspectos difíceis de evidenciar por meio do *design* – ainda que este possa auxiliar na tarefa – e que normalmente essas características vão depender do comportamento e dos diálogos para serem devidamente percebidos (Ibid. p.72). Esse aspecto fica ainda mais evidente quando da utilização de um personagem que não apresenta nenhuma particularização através do *design* – e que poderíamos chamar de um personagem com formas genéricas –, o que implica o desenvolvimento das características de personalidade desse personagem por meio do comportamento e dos diálogos (Ibid. p.71). Outro fator importante citado pelos autores é o “*appeal*”, palavra inglesa que em português pode ser traduzida como apelo ou atrativo. Os autores são categóricos ao afirmar que um personagem bem projetado deve ter apelo, mas que apelo não quer dizer necessariamente atraente e especificam mais ainda o sentido de “*appeal*”: *Rather, in terms of design, it simply means “interesting to look at”* (Ibid. p.71). Segundo os autores, as pistas visuais também são importantes no *design* do personagem, ou seja, aqueles elementos que irão indicar para a audiência quem é aquele personagem:

*If you want your audience to immediately recognize or understand certain important character traits at first glance, design your character accordingly with specific and unmistakable visual elements, such as professional uniforms, bloody fangs, wheelchairs, or enormous muscles..* (Ibid. p.71)

Outro quesito importante é a simplicidade. Manter o personagem com um *design* que comunique bem, mas que seja simples o suficiente para ser modelado, “*riggado*” e animado, no caso da animação 3D, ou simplesmente desenhado quadro a quadro em *full animation*. É importante lembrar que os detalhes físicos do personagem vão afetar a maneira como ele é animado, ou seja, um robô feito de alumínio deve mover-se de maneira diferente de um construído de aço maciço, por exemplo. Finalmente, há que se ter cuidado com o exagero nos detalhes, correndo-se o risco de ter como resultado um personagem clichê ou com detalhes desnecessários:

*Be efficient and economical with your design elements. A healthy balance between clarity and subtlety is always a desirable goal, and elegant simplicity in design is usually quite appealing. (Ibid. p.74)*

Pelo que vimos acima, um personagem com bom *design* é, antes de tudo, um personagem atraente que comunica a sua personalidade através de pistas visuais claras. O personagem deve apresentar uma quantidade de detalhes que auxilie a audiência a compreender quais as suas características, mas precisa manter a simplicidade.

Neste ponto retorna-se a um tema recorrente neste trabalho: as habilidades técnicas de representação. Esta é uma das primeiras exigências para um profissional desta área e os autores Jeremy Cantor e Pepe Valencia fazem uma interessante avaliação a respeito das habilidades técnicas de representação necessárias para o desenvolvimento de personagens:

*Keep in mind that you don't have to become another Michelangelo to design characters effectively. Many great designers are not necessarily great illustrators however, if you are not comfortable with your chosen medium, the process of designing characters can feel like a chore than a fun and rewarding experience. Indeed, it takes many years to master figure drawing and cartooning, but it actually doesn't take too long to learn enough of the basics to get by. (Ibid. p.77)*

Mais uma vez, é importante lembrar que o objetivo dos autores no livro *Inspired 3D Short Film Production* é tratar dos métodos de produção de um curta-metragem, o que, obviamente, pode diminuir consideravelmente as exigências em termos de habilidades dos envolvidos no projeto. Entretanto, os autores listam uma série de conteúdos que consideram necessários para o desenvolvimento de um bom *design* de personagens tais como estudos de anatomia, desenho de figura humana além de conhecimentos sobre perspectiva e teoria da cor. As habilidades técnicas de representação figurativa e os conhecimentos fundamentais são imprescindíveis e integram a primeira linha de exigências para um *concept artist*. Escolas como a Gnomon e a FZD School, por exemplo, coloca a análise de portfólio na seleção de candidatos, o que demonstra a preocupação com as técnicas de representação figurativa.

Os processos descritos se repetem para todos os personagens, mas não apenas. Também cenários e adereços passam por um minucioso processo de desenvolvimento até a aprovação final. Uma vez que o diretor do filme aprove as ideias para os cenários e os personagens, os *concepts* são enviados para os

departamentos que darão continuidade ao trabalho, o que depende do tipo de técnica em que o filme está sendo produzido, se 2D, 3D ou *stop motion*. O mais usual é que siga para os departamentos de *layout*, *background*, modelagem de personagens e modelagem de cenários, conforme a natureza da produção. Em produções de grande orçamento, pode existir antes da finalização a etapa de prototipagem dos personagens em argila.

Além do processo de desenvolvimento de personagens, cenários, adereços e de representação de cenas, existe ainda uma importante etapa de desenvolvimento visual chamada de *color script*, que é a definição do esquema de cor para cada cena do filme, dependendo da atmosfera desejada para cada cena, se violenta e tensa, pode-se usar cores quentes e saturadas; se, por outro lado, uma cena é tranquila, pode-se usar um esquema de cores frias. O *color script* é uma importante ferramenta na determinação da atmosfera de cada cena e de como as cenas se relacionam entre si ao longo do filme.

Esse processo é obviamente cortado por tensões diversas, e cada membro da equipe tenta exercer influência sobre o resultado final. Então, cabe perguntar em meio a este ambiente altamente competitivo, em que há uma pressão natural por resultados, como o trabalho do *concept artist* se ajusta ao projeto. A opção pelo trabalho de um artista em detrimento de outros deve, em princípio, obedecer às necessidades estéticas e comunicacionais do projeto. Uma leitura meramente racionalista do método nos colocaria na posição de pensar que apenas as questões funcionais são o suficiente para se decidir sobre a escolha de um determinado *design* de personagem em detrimento de outro. O desenvolvimento visual dos personagens do filme Kung Fu Panda descrito anteriormente, demonstra que existe um grau de subjetividade claro no trabalho de um *concept artist*. Esta subjetividade gera uma identidade que interfere diretamente no trabalho. Esta identidade pode ser exatamente o que faz com que o trabalho daquele artista seja escolhido no lugar do trabalho de outro. O *concept art* – assim como o *Design* ou a pintura – não é uma Ciência Exata. É uma atividade inserida no universo das artes visuais, produzida por indivíduos dotados de subjetividade, que se manifesta de alguma forma no processo. Por mais racionalista que seja o método empregado, há, no escopo da função, o espaço para a intuição do profissional. Existe um ponto de encontro entre as necessidades do projeto e a subjetividade do

artista que executa a tarefa. Donis Dondis apresenta uma boa reflexão sobre este assunto:

A forma do produto final depende daquilo para que ele serve. Mas no que diz respeito aos problemas mais sutis do *design* há muitos produtos que podem refletir as preferências subjetivas do designer e, ainda assim, funcionar perfeitamente bem. O *designer* não é o único a enfrentar a questão de se chegar a um meio-termo quando o que está em pauta é o gosto pessoal. É comum que um artista ou um escultor tenha que modificar uma obra pelo fato de ter recebido a encomenda de um cliente que sabe exatamente o que deseja. (DONDIS, 2000, p.11)

É importante ter constantemente em perspectiva que *concept art* não é um fim em si mesmo, não importa a maestria técnica com que foram produzidas as imagens, se em tela, papel ou digitalmente. Apesar de obviamente podermos fruir as imagens produzidas para filmes de animação em livros e extras dos DVDs, uma pergunta parece relevante: o resultado final do trabalho de um *concept artist* é a imagem produzida por ele, ou os planos, cenas e sequências do filme em que os conceitos criados por ele foram utilizados? Esse é um ponto que parece ao mesmo tempo aproximar o *concept artist* do ilustrador. O ilustrador não é um artista de galeria. A fruição integral do seu trabalho só se dá por meio do suporte para o qual foi produzida a imagem – a página impressa, por exemplo. O resultado do trabalho de um *concept artist* também sofre da mesma falta de autonomia. Sua compreensão só é completa por meio do filme, seu sentido integral não pode ser percebido sequer a partir dos livros de arte, pois estes proporcionam apenas uma parte da experiência e, mesmo assim, desprovida da sequencialidade própria da narrativa. Ou seja, o verdadeiro sentido das imagens de *concept art* só se completa quando estão inseridas em uma narrativa.

O *concept artist* assim como o *designer* trilha um caminho estreito em que expressão subjetiva e função objetiva têm que caminhar lado a lado. O *concept artist* trabalha com uma forma de expressão que é tida pelo senso comum como meramente artística; entretanto, sua inserção mercadológica deixa claro que a atividade está sujeita a pressões por resultados estéticos e comerciais, da mesma maneira que os profissionais do *Design*.

Outra questão importante para pensarmos a metodologia do *concept art* é o *workflow*. O trabalho dos pintores e ilustradores é em geral solitário. É sabido que muitos pintores do passado trabalhavam com assistentes, e ainda hoje esse procedimento é comum. O mesmo pode-se dizer da ilustração, em que ilustradores

podem ou não fazer uso de assistentes. Entretanto, no Cinema de Animação comercial norte-americano o trabalho em equipe é praticamente o padrão. Como vimos anteriormente, as equipes de desenvolvimento visual são numerosas e o resultado final é o somatório de todos os envolvidos. Essa estrutura de linha de produção, em que o trabalho é dividido por competências, é uma característica da forma de produção industrial, como assinala Rafael Cardoso; e nessa transição do artesanal para o industrial reside a importância de buscar essa aproximação com o *Design*. Nas artes plásticas sempre houve casos como o do pintor flamenco Peter Paul Rubens, que planejava a obra e a executava com a ajuda de assistentes. Na ilustração, os escritórios especializados trabalham com um *workflow* coletivo e dificilmente um trabalho é de autoria individual. Nos casos de finalização em programas 3D, o processo se assemelha muito ao do Cinema de Animação com a óbvia diferença que a imagem resultante não é animada. No caso do *concept art*, o profissional faz todo o planejamento, mas quem finaliza o trabalho efetivamente são outros profissionais que estão inseridos nas equipes de produção. Esse procedimento é um dos pontos que aproxima *Design* e *concept art* e afasta o último de ilustradores e artistas plásticos, apesar de uma série de procedimentos em comum. Sempre lembrando que essa dissociação entre o planejamento visual e a produção do filme é uma realidade de uma indústria específica e pode ser subvertida em outros modelos de produção.

Esta questão se reflete sobre a autoralidade, pois, por mais que um personagem tenha sido desenvolvido por um único artista, ele terá que se ajustar ao estilo geral do filme além de ter que ser aprovado pelo diretor. O trabalho do *concept artist*, em filmes de animação comercial, é de autoria compartilhada e depende do problema de comunicação que deve ser resolvido para aquele produto específico. A solução de problemas é outro aspecto que aproxima o profissional dessa área do *designer*.

O *concept art* recebe influência dos segmentos das artes visuais estudados até aqui. Não é ilustração, uma vez que os objetivos e os suportes diferem. Não é artes plásticas, apesar de ter herdado alguns de seus procedimentos e, até mesmo, estilos. Numa leitura restrita e antiquada também não é *Design*, mas talvez com a interpretação mais moderna e ampla deste campo hoje, o *concept art* possa ser considerado um segmento do *Design* tal como o *design* gráfico, o que sem dúvida justificaria a mudança de nomenclatura que algumas instituições adotam

substituindo o termo *art* por *Design*. Mas também pode ser que seja um ramo independente, autônomo, com objetivos bem definidos e áreas de atuação claras. Não está entre as ambições deste trabalho determinar o que é o *concept art*, mas apontar caminhos que possam ajudar a ter uma visão mais clara do campo.

### 3.4. Interseção de conhecimentos

Fruto de uma interseção de diversos saberes oriundos de diferentes áreas, vimos, entretanto, que o conhecimento sobre *concept art* difundido principalmente pela internet é eminentemente performativo, ou seja, tem como finalidade o incremento de *performances* voltado exclusivamente para atuação no mercado de trabalho e desprovido de formação humanística. Mesmo entre as instituições de ensino presenciais pesquisadas, o foco em conhecimentos que podem ser mensurados de maneira direta permanece. Não se trata aqui de reduzir a importância de conhecimentos tais como pintura digital ou desenho anatômico, que são importantíssimos para o profissional da área. O que se questiona aqui é se uma grade curricular de um curso presencial ou um processo de aprendizagem *on-line* focados única e exclusivamente no incremento de desempenho naquilo que chamamos, ao longo deste trabalho, de habilidades técnicas de representação é totalmente capaz de preparar um *concept artist* para todos os aspectos dessa atividade. Obviamente, os resultados de instituições com diferentes perfis devem ser analisados mais cuidadosamente, e um dos itens a ser avaliado é obviamente a qualidade dos trabalhos realizados pelos alunos. Entretanto, questões como empregabilidade e ascensão profissional dos egressos precisam ser igualmente investigadas para avaliar se esses modelos são ou não eficientes.

O Art Center College of Design é um exemplo de grade curricular que reúne tanto as disciplinas específicas, focadas no incremento de *performance* profissional tais como *Color Theory for Entertainment*, *Architecture Design* e *Analytical Figure Drawing*, quanto disciplinas que visam uma formação mais ampla e conseqüentemente menos tecnicistas. Disciplinas como *Visual Communication Fundamentals*, *Writing Studio* e *Business* podem parecer deslocadas a princípio se compararmos com a grade enxuta da Gnomon, mas

certamente essa diversidade aumente as possibilidades de desenvolvimento profissional e intelectual dos alunos.

Seja qual for a formação dos aspirantes a *designers*, na indústria da animação, seu destino será trabalhar nos estúdios de animação em vários segmentos. No foco específico desta pesquisa – os estúdios de animação cinematográfica –, vimos que a função é dinâmica e que a estrutura dos departamentos pode variar bastante de um estúdio para o outro ou até mesmo de uma produção para outra dentro do mesmo estúdio. O *concept artist* pode estar envolvido em qualquer etapa do desenvolvimento visual do filme, mas também pode ser um profissional especializado em determinado aspecto da produção. Os exemplos de Hans Bacher, Chen-Yi Chang e Bob Pauley citados no subcapítulo 3.2 são eloquentes. Todos são profissionais com experiência em várias produções e provavelmente capacitados a assumir diferentes etapas do desenvolvimento visual de filmes de animação. Entretanto, o *concept artist* também pode ser um artista visual de outra área, por exemplo, o cartunista inglês Gerald Scarfe cujo trabalho foi a inspiração para o filme *Hercules*, da Disney.

Em comum em todos os casos investigados – filmes da Disney, da Pixar e da Dreamworks – é a metodologia. A metodologia do *concept art* é herdeira das tradições metodológicas das artes plásticas e da ilustração. Não foi possível detectar nesta pesquisa o quanto da metodologia do *Design* influenciou o processo de produção do *concept art*, entretanto talvez seja mais relevante buscar por processos metodológicos já testados no ambiente do *Design* que possam incrementar ainda mais os processos produtivos em *concept art*. O ambiente acadêmico parece o lugar mais indicado para que a reflexão sobre a interseção das heranças metodológicas que incidem sobre o *concept art* se concretize.