4
Direção de Arte e Design de Produção

> Design de produção é a arte visual da narrativa cinematográfica (LOBRUTTO, 2002, p. 1).

Atualmente, como veremos adiante, em alguns locais, encontra-se a mudança da terminologia de Direção de Arte para Design de Produção. Conforme descrito no início desta dissertação, a equipe de Design de Produção no cinema engloba cenografia, produção de arte, figurino, maquiagem e efeitos especiais. O mobiliário e os objetos caracterizam a cenografia que circunscreve o espaço cênico.

A cenografia e os objetos cenográficos nela contidos contracenam com os atores na construção da ação dramática. Mas, de que forma tais objetos contracenam? Não seriam apenas convenções sociais afirmar que eles contracenam? Podemos afirmar que um ator transmite emoções, mas o que dizer dos objetos que estão em cena? A suposta emoção produzida pelos objetos pode ser comprovada? É possível dizer que um objeto é transmissor de sensações ou de sentimentos?

Deyan Sudjic (2010, p. 5), por exemplo, intitulou seu livro *A linguagem das coisas*, no qual denunciou que estamos cercados por objetos diversos projetados para executar inúmeras funções e afirmou que "o design se preocupa com o caráter emocional dos objetos" (2010, p. 169). Do nosso lado, nos perguntamos em que medida podemos identificar esse caráter? As coisas que estão a nos rodear são objetos com capacidade de transmitir, através de pistas visuais e táteis, múltiplos significados? Sudjic buscou investigar o fenômeno design por meio do apelo emocional que os objetos supostamente evocam, além do aspecto funcional que os mesmos possuem, afirmando o quanto importante é explorar o seu significado. Desta forma, ele se referiu a emoções transmitidas pelos objetos.

> A *Anglepoise*[1] é funcional, mas também oferece a promessa de um envolvimento emocional para seus usuários. Sua presença sobre uma mesa ou uma prancheta é um sinal inequívoco de concentração e esforço criativo (SUDJIC, 2010, p. 54).

[1] *Anglepoise* é uma luminária articulada projetada por George Carwardine (1887-1947) em 1932.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

Isto posto, perguntamo-nos em que medida Sudjic referiu-se à capacidade de transmissão de emoções pelos objetos? Após as observações que realizamos mais acima sobre o *habitus*, seria correto declarar que os objetos são possuidores de emoções? Será que poderíamos afirmar que as coisas assumem por si só significados ou somos nós que damos significados às coisas? Esta questão hoje é largamente discutida no Campo do Design e há inclusive quem defenda uma nova disciplina para esses estudos, o "*emotion design*" ou design de emoções.

Inicialmente, propomos a seguir uma breve abordagem sobre a Cenografia.

4.1
Cenografia: do Campo do Teatro para o Campo do Cinema

Descreveu o autor e professor Cyro Del Nero (2010, p. 11) no livro *Cenografia*: *uma breve visita* que cenografia é uma palavra que escapa da sua maior associação, o teatro, pois é antecedente ao mesmo. A cenografia grega originou-se, de acordo com Aristóteles[2], no século V a.C. e foi posteriormente absorvida pelo teatro (NERO, 2010, p. 11). Contudo, o seu significado diversifica-se de uma língua para a outra assim como de um país para o outro. Em muitas línguas latinas, germânicas, eslavas e escandinavas, cenografia significa o "desenho do espaço cênico" e sua definição é relacionada "a imagens visuais, cenário e à representação visual de um espaço ou local", relatou o historiador teatral, autor e também professor Arnold Aronson (2013, p. 11) no artigo *Cenografia hoje*. A palavra "*scenography*" é razoavelmente nova na língua inglesa. Diversas dessas referidas línguas apresentam termos alternativos e até mesmo anteriores para a designação da palavra em si e também para o nome de quem executa tal função. Em língua alguma, diretamente, cenografia engloba "luz, figurino, projeção, som, maquiagem ou qualquer outra forma de arte que geralmente incluímos na descrição genérica do design" (ARONSON, 2013, p. 11), o que é problemático ao percebermos que o fracionamento da prática profissional do design em subcategorias especiais também é um evento relativamente novo, conforme descrito na introdução, e principalmente ocidental,

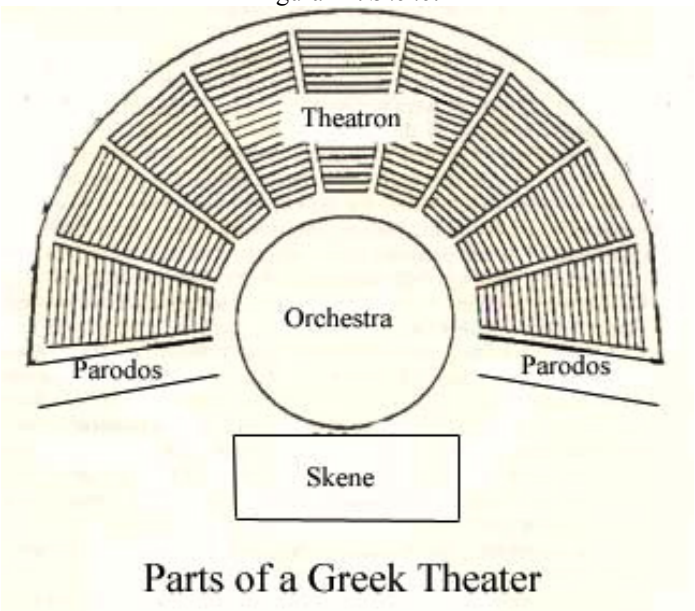
[2] Embora alguns pesquisadores acreditem que o termo não tenha sido utilizado primeiramente por Aristóteles, mas sim em uma interpolação posterior.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

como no caso da alteração da nomenclatura de Direção de Arte para Design de Produção no caso do cinema, outra designação mais nova ainda.

Aristóteles conferiu a Sófocles a inserção da palavra *skenographia* a qual muitas vezes é traduzida como “pintura cênica”, “pintura da” ou “na” "*skene*", mencionou Cyro Del Nero (2009, p. 133) no livro *Máquina para os deuses*: *anotações de um cenógrafo e o discurso da cenografia*. A cenografia nasce tal qual um desenho ("*graphien*") na tenda ("*skene*"), "*skenographia*" em grego, local no qual os atores trocavam suas vestes. Antes localizada atrás da orquestra e feita de tecido, a "*skene*" passa a ser construída e aproxima-se mais desta, permitindo acesso mais funcional dos atores que trocavam suas máscaras e trajes durante as longas canções do coro. Modificando-se a cada período da história, a "*skene*" passou por inúmeros estágios até constituir-se como uma arquitetura convencionada a novos usos e transformando-se em suporte de informações para o público (NERO, 2009, p. 123-124).

Figura 14: *Skene*.



Fonte: https://br.pinterest.com/pin/362962051188502071/
Acesso em: 20/05/2015

Todavia, Aronson (2013, p. 12) ressaltou que apesar de muitas vezes ser tradução de “pintura cênica”, é bastante improvável Aristóteles referir-se a *skenographia* com tal intenção. É bem provável que a palavra faça menção à introdução da "*skene*" que aconteceu por volta de meados do século V a.C. Literalmente, *skenographia* quer dizer “escrita cênica” cujo significado pode ser entendido como a criação de um texto visual. Observa-se que a palavra teatro, derivado do grego antigo, significa “ver” e o "*theatron*" era “o lugar de onde se

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

vê" um espetáculo. O teatro era entendido como uma arte visual e como tal o "texto visual" era tão importante quanto o texto verbal. Porém, esse "texto visual" originou-se do palco físico, dos figurinos e máscaras e do ambiente natural do teatro em si. Ou seja, trata-se da soma total de toda a experiência visual que o espectador assistirá.

No Campo do Teatro a cenografia adquire a responsabilidade de trazer para um espaço determinado, no caso o palco, o tempo teatral. O espectador é um participante consciente do que é a proposta visual da obra teatral que é consumada através do cenário e este fator é determinante para que o espetáculo teatral seja legitimado como tal: o espectador assimila o palco como uma zona da narrativa ficcional e aceita esta convenção como elemento natural da representação.

Consideramos que, de acordo com a escolha de nossa vertente teórica, cabe perguntar se tendo sua origem no Campo do Teatro, por que utilizar a palavra "cenografia" para o Campo do Cinema uma vez que tal termo remete-nos ao âmbito teatral e, por consequência, ao palco? Pode-se dizer que "cenografia" sugere a mesma compreensão em ambos os campos?

Assim como a cenografia teatral, a cenografia cinematográfica também possui qualidades singulares, porém é instaurado da mesma forma um espaço cênico com múltiplos significados. O que era impossível cenograficamente no teatro passou a ser viável no cinema. O movimento da câmera passou a revelar o cenário sob diversos ângulos e imprimiu seus pequenos detalhes.

Na fase inicial do cinema, a câmera permanecia parada remetendo ao teatro que proporcionava à plateia um ponto de vista somente em relação à ação. A maioria dos primeiros cineastas manteve um modelo teatral com simples cenários pintados totalmente fixos, dispostos como em um palco de teatro e com pouca relação entre eles e os personagem. Georges Méliès ainda era um ilusionista em treinamento, quando esteve presente na famosa primeira sessão de cinema, em 1895, na cidade de Paris com a projeção, entre outros pequenos filmes, de *A chegada do trem na estação*[3]. Sob a direção de Auguste e Louis Lumière, o filme deixou atônitos os espectadores com as imagens projetadas na sala de exibição, que chegaram a recuar com a proximidade da chegada de uma locomotiva filmada em *La Ciotat*. Impressionado, Méliès tentou negociar em vão com os irmãos a

[3] *A chegada do trem na estação*. Título original: *L'Arrivée d'un train en gare de La Ciotat*. França, 1895. PB. 1 min. Direção: Auguste Lumière e Louis Lumière.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

compra do cinematógrafo. Em 1897, Méliès inaugurou o estúdio de cinema *Star Film*[4] e já filmava e projetava suas próprias criações e, diferentemente do perfil dos filmes gênero documentário dos irmãos Lumière, buscava a criação de um universo fantástico nos seus filmes nos quais o cenário também era adaptado e pensado para os seus números de mágica. Ele aplicou à técnica cinematográfica alçapões, rampas, painéis rotativos e cenários pintados com elementos arquitetônicos. Construiu um grande estúdio onde instalava seus delirantes cenários e apesar de reconhecido como o mestre dos efeitos especiais, deve-se muito a ele a evolução e mesmo o conceito de Direção de Arte. Méliès realizou cerca de quinhentos filmes, sendo o mais famoso deles o curta metragem *Viagem à lua*[5] (1902), no qual os cenários teatrais gigantes foram considerados fantásticos imortalizando a imagem da lua representada pela face do homem. Foram utilizados grandes painéis pintados com a técnica *trompe l'oeil* que introduziram a relevância da relação visual dos cenários com as ações do filme gerando sensações nunca antes experimentadas pelo espectador, descreveu Philip Kemp (2011, p. 20) no livro *Tudo sobre cinema*.

Figura 15: *Viagem à lua.*

Fonte: http://staticmass.net/early-films-and-cinema/le-voyage-dans-la-lune-a-trip-to-the-moon-1902/
Acesso em: 21/05/2015

No início do século XX, a câmera ganhou mobilidade e o cenário deixou de ser constituído apenas para um estático e determinado enquadramento. Passa a ser necessária uma reformulação da cenografia e o conhecimento detalhado dos novos e possíveis movimentos de câmera. Os ambientes passam a ser elaborados para

[4] *Star Film* foi um estúdio de cinema em Montreuil, França.
[5] *Viagem à lua***.** Título original: *Le voyage dans la lune.* França, 1902. PB. 14 min. Direção: Georges Méliès.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

cada cena legitimando o nascimento da cenografia para o cinema e não mais sob o conceito teatral, que era primordialmente estático. Isso significava, portanto, que a técnica *trompe l'oeil* dos painéis de Méliès já não seria mais convincente para a ilusão da realidade a ser transmitida ao público, relatou Janet Barnwell (2004, p. 5), autora de *Production design*: *architects of the screen*.

Entende-se, portanto, que um objeto cenográfico não é observado pelo espectador da mesma forma no palco do teatro e na tela de projeção de um filme. Conforme explicou Arnold Aronson (2013, p. 13), do palco do teatro para o enquadramento do filme, o objeto sofre transformações das suas qualidades funcionais e estéticas. Um sofá em um enquadramento na tela não é mais somente um sofá, mas o sofá, isto é, uma representação do entendimento de sofá. O tamanho, forma, cor, textura não são simplesmente atribuições estéticas, tornando-se características significativas de informação aos espectadores a respeito do tempo, do lugar e dos personagens. Isso significa que qualquer objeto pode deixar de ser ele mesmo, passando a ser a representação de alguma coisa. Entendemos, portanto, que não existe um objeto neutro no enquadramento de um filme. Além disto, a nossa "competência" para assistir a um filme não restringe-se ao simples fato de ver o que está na tela, mas está circunscrita no universo social e cultural dos indivíduos, naquilo que Bourdieu chamou de disposição prévia que antecede não só ao filme, mas a isso que entendemos por razão ontológica de nossa existência.

Assim como a prática do design, entendemos que a prática do cinema é compreendida enquanto prática social, pois o significado de um filme depende do contexto ou campo no qual ele foi produzido e no qual ele é assistido. É preciso que exista uma atmosfera apropriada para que ele exista enquanto forma de representação social. Neste sentido, os filmes apresentam variadas convenções e padrões sociais na tentativa de fazer gerar algum significado para o público. Analisaremos a seguir tal discussão mais profundamente, demonstrando como as definições do design e do cinema podem se aproximar pela prática de produção simbólica de objetos.

O cenário pode operar como processo de significação inserido em um sistema de códigos articulados para a transmissão de ideias, tornando-se uma espécie de ferramenta de acionamento das percepções do espectador através da sua aparência visual e objetivando a compreensão do roteiro proposto? A posição

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

do mobiliário e objetos, o uso da cor e a escolha das formas, têm intenção de estabelecer uma comunicação visual com o espectador a partir do cenário elaborado pelo Diretor de Arte. Ou seria pelo Designer de Produção?

4.2
O termo Design de Produção

Conforme exposto anteriormente, o trabalho de *Production Design*/Design de Produção era nomeado de *Art Direction*/Direção de Arte. Ademais, o crédito de Direção de Arte muitas vezes aparece na atualidade como uma função subordinada ao Design de Produção. A que se deve tal mudança? Por que passou-se a utilizar a palavra design ao trabalho do, então, diretor de arte?

Demorou décadas, explicou Mauro Baptista (2006), para o cinema americano nomear usualmente a outrora Direção de Arte em Design de Produção. A propósito, no livro *What an art director does*: *an introduction to motion picture production design*, o autor Ward Preston (1994, p. 5) relatou que o próprio título de Diretor de Arte demorou algum tempo para surgir. Os primeiros *sets* eram projetados, frequentemente, por um mestre carpinteiro. Quando as exigências de precisão histórica ultrapassavam a experiência do construtor, o desenho era feito por um artista. Mesmo após o título ter entrado em uso comum, raramente aparecia nos créditos do filme.

Faz-se necessário introduzir aqui a informação encontrada no livro *Arte em cena*: *a direção de arte no cinema brasileiro*, de Vera Hamburger (2014, p. 19), sobre a utilização do termo "Diretor de Arte" no Brasil. Deu-se primeiramente no ano de 1985 quando Clovis Bueno foi creditado pela função no filme *O beijo da mulher aranha*[6], dirigido por Hector Babenco. Igualmente neste ano, Adrian Cooper assinou sob o mesmo título seu trabalho no filme *A marvada carne*[7], de André Klotzel. As estruturas das produções cinematográficas brasileiras, atualmente, trabalham sempre com o Diretor de Arte coordenando o Departamento de Arte.

A terminologia Design de Produção não é utilizada no cinema mundial, mesmo que haja uma tendência, principalmente americana, vinculada ao cinema

[6] *O beijo da mulher aranha.* Brasil / EUA, 1985. Cor. 120 min. Direção: Hector Babenco.
[7] *A marvada carne*. Brasil, 1985. Cor. 77 min. Direção: Hector André Klotzel.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

industrial de alto orçamento o qual utiliza o conceito de Design de Produção há mais de trinta anos. No Brasil, grande parte do cinema, da publicidade e do videoclipe já incorporou o projeto de um conceito geral relativo à imagem. Contudo, assim como no cinema europeu, utiliza-se ainda na maioria da vezes o termo Direção de Arte. O cinema francês faz uso do termo *Décor* da mesma forma que *Scenografia* na Itália ainda é utilizado para denominar o que, por exemplo, no cinema ibero-americano costuma ser chamado de *Dirección de Arte*. Ademais, na Inglaterra o crédito *art director*, em geral, refere-se ao que nos Estados Unidos é intitulado de *set decorator*.

Pensamos que em uma indústria na qual o crédito na tela é tão importante quanto o pagamento, não é surpreendente que tanto esforço seja feito para a melhor descrição do trabalho de cada profissional. Portanto, não se trata de uma frívola discussão de como devemos nomear essa prática profissional. Certamente, o Departamento de Arte não está imune a essa busca de *status*.

Uma das hipóteses iniciais da pesquisa de Baptista acerca da alteração do termo foi que o avanço digital somado à evolução da "linguagem" cinematográfica e videográfica está resultando nas modificações da função. As novas tecnologias de finalização da imagem promovem a alteração de uma Direção de Arte tradicional, na qual cenários e objetos eram dispostos com a finalidade de serem captados por uma câmera, para um conceito de Design de Produção, no qual cenários e objetos ainda são organizados antes da filmagem, contudo são objetos passíveis de transformações na etapa de pós-produção.

Vincent Lobrutto (2002, p. XIII) fez questão de frisar que muitos cineastas dependem das ferramentas de fotografia e videografia para atingir a aparência de um filme. Contudo, tais ferramentas pouco ou nada fazem por conta própria para criar algum conceito sobre o mesmo.

Conforme visto anteriormente, os primeiros filmes não tinham Design de Produção e baseavam-se na cenografia teatral. Cineastas usavam cenários pintados e adereços simples para criar um conjunto visual básico. A Direção de Arte primitiva não era realista na abordagem ou no resultado, mas sim baseada em uma representação genérica que indicava onde a história ocorria. Funcionava como um acessório para a história da tela e não como uma via interpretativa ou expressiva do filme.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

O Design de Produção era, geralmente, associado a filmes de época ou a grandes sucessos de Hollywood, cujo *studio-system*, sistema clássico dos estúdios, criou e desenvolveu enormes departamentos de arte absolutamente organizados como em uma fábrica, comandados por uma hierarquia chefiada pelo diretor de arte supervisor que gerenciava o trabalho dos outros diretores de arte e outros membros da unidade. A direção de arte em filmes durante os anos 1920 e 1930, tornou-se uma arte sofisticada apoiada por uma riqueza de organizados e sistemáticos recursos. Contudo, ainda não abrangia totalmente a visualização do filme (LOBRUTTO, 2002, p. 2).

Baptista (2008) citou a introdução revisada da versão americana do livro *Le décor du film*[8], de Leon Barsacq, lançado nos anos sessenta, na qual o editor Elliot Stein apresentou uma grande listagem de diretores de arte e designers de produção baseada em uma lista existente no texto original. O título do apêndice escrito por Stein para tal versão, *Filmographies of art directors and production designers*[9] (STEIN, 1976, p. 195), já demonstrava a necessidade do estabelecimento das relações entre as duas categorias e a discussão sobre a utilização da nova terminologia. Baptista ressaltou que sua pesquisa acerca da alteração da nomenclatura indica que a função de diretor de arte poderia ser diferente da de designer de produção na verdade. Na versão americana do livro, Stein traduz o termo *décorateur* ao longo de todo o conteúdo por designer.

É possível observar no site da *BBC Academy*[10] a importância tanto da função quanto da carreira do designer de produção nos países anglo-saxões, indicou Baptista (2006). Há inúmeras informações e indicações de lugares na Grã-Bretanha para o estudo do Design de Produção no Cinema e na Televisão. Ao comparar uma lista de créditos finais de grandes produções hollywoodianas atuais com equivalentes de quarenta anos atrás, Baptista (2006) verificou o desenvolvimento da função. Parte de sua pesquisa foi o estudo da sequência de créditos de filmes e produções de língua inglesa. Desta forma, sua pesquisa constatou a prevalência do termo *Production Design*/Design de Produção.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

---

[8] BARSACQ, Leon. **Les décor du film: 1895-1969**. Paris: Henry Veyrier, 1985.
[9] *In*: BARSACQ, Leon. **Les décor du film: 1895-1969**. Paris: Henry Veyrier, 1985.
[10] *BBC Academy*: acesso em 10/09/2015
http://www.bbc.co.uk/academy/production/television/production-design

Um dos pontos mais chocantes revelados ao longo da pesquisa de Baptista (2008) foi o fato de designers de produção receberem créditos por projetos que não foram realizados, mas apenas supervisionados por eles. Aliás, muitos créditos da era clássica de Hollywood demonstram inúmeros erros, ou até mesmo falsificações, em vários setores. Cedric Gibbons recebeu crédito, por exemplo, pela direção de *Tarzan e sua companheira*[11] (1934) o qual não dirigiu, já que o material captado por ele foi considerado insuficiente. Durante anos, existiu nos grandes estúdios a prática (ressalta-se com exceção da *Warner*) de dar crédito ao supervisor de Direção de Arte pelos *sets* de todos os filmes feitos no estúdio, tanto fosse sua contribuição criativa ou apenas de supervisão. O nomeado *unit art director*, ou diretor de arte da unidade, era quem se responsabilizava, na maioria das vezes, pela parte da criação do projeto e, frequentemente, não era sequer mencionado nos créditos.

Baptista (2006) descreveu que, sob uma perspectiva, existem pesquisas acadêmicas concentradas nas configurações gráficas da imagem cinematográfica, debruçando-se a respeito dos créditos de abertura envolvendo, no caso, o design gráfico. Com o estudo detalhado das cenas de abertura, abriu-se a possibilidade de, a partir do Design e combinando as suas teorias, proceder com trabalhos que façam análises sobre determinados filmes. Conjuntamente, Baptista também indicou a existência de outra linha de pesquisa na relação Design e Cinema desenvolvida através do papel do objeto na narrativa cinematográfica e a qual foi pesquisada pelo Prof. Dr. Luiz Antonio Coelho da PUC-Rio. Coelho elegeu uma análise narrativa, simbólica e autoral do papel do objeto na qual os objetos de cena não estão em segundo plano como costumeiramente aparecem em filmes nos quais somente o diálogo conta a história.

O estudo do papel do objeto foge ao aprisionamento de uma narrativa centrada apenas nas ações dos personagens. Todavia, lembramos que nossa intenção não é analisar o Design de Produção ou a Cenografia como o principal fio condutor narrativo de um filme, mas sim como um dos elementos da comunicação visual da imagem com o espectador pertencente ao conjunto responsável pela narrativa do filme.

---

[11] *Tarzan e sua companheira*. Título Original: *Tarzan and his mate*. EUA, 1934. PB. 104 min. Direção: Cedric Gibbons / Jack Conaway (não creditado).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

Baptista (2008) observou que na indústria hollywoodiana desde o princípio do século XXI, o Design de Produção vem ocupando cada vez mais uma posição de destaque. O conceito do filme inicial é pensado pelo diretor em conjunto com o designer de produção e, posteriormente, o diretor de fotografia é chamado. Baptista citou em particular os filmes *Kill Bill* I[12] e *Kill Bill* II[13], ambos de Quentin Tarantino e nos quais a imagem foi conceituada antes por ele juntamente com os designers de produção para posteriormente ser iniciado o trabalho do diretor de fotografia. A prática da indústria cinematográfica está posicionando o designer de produção no mesmo nível do diretor de fotografia, algo impossível de acontecer há duas décadas atrás. Inclusive aqui no Brasil as remunerações salariais das funções muitas vezes já são equivalentes, diferentemente de quando havia um contrassenso entre os salários.

Informou Baptista (2008) que o termo *production designer* parece ter começado a ser utilizado a partir do surgimento da figura do produtor independente-diretor que encarnava também a ideia da incorporação pelo cinema americano da imposição do diretor ter um estilo próprio. O uso do termo conjuga-se à procura de um estilo particular do diretor independente e do projeto de um conceito visual do filme o qual causará o resultado do trabalho de uma equipe específica. A fim de projetar e alcançar esse conceito visual característico, o trabalho do diretor de arte, que é basicamente o mesmo do *set designer*[14], demonstra-se inadequado. Surge, dessa forma, uma nova figura, sob um novo título: o *production designer/*designer de produção. Para o designer de produção, desenhar os *sets* é apenas uma das tarefas do seu trabalho que, geralmente, é realizada por outra pessoa, o diretor de arte. Seria correto afirmar que novamente antes tratavam-se de artistas e não de designers?

> A função principal do designer de produção é criar, em colaboração com o diretor e o diretor de fotografia, uma atmosfera única, um *approach* gráfico, que em cor, em textura, no conjunto da imagem, produza um estilo característico, com a intenção de situar o filme num lugar à parte dos trabalhos feitos por qualquer outra equipe de cineastas. O designer de produção determina os planos fundamentais e faz *sketches* deles para o câmera e o diretor. Estes *sketches* idealmente incorporam

[12] *Kill Bill I*. EUA/Japão, 2003. Cor. 111 min. Direção: Quentin Tarantino.

[13] *Kill Bill II*. EUA, 2004. Cor. 136 min. Direção: Quentin Tarantino.

[14] O *set designer* é o profissional responsável pela decoração do *set*, equivalendo aqui no Brasil ao chamado produtor de arte, isto é, quem produz as peças que foram eleitas pelo designer de produção.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

> tudo, das luzes à posição dos personagens, à escolha das lentes; então seu trabalho se transforma realmente no ponto de partida da filmagem do filme (STEIN, 1976, p. 196 *apud* BAPTISTA, 2008).

Na versão francesa do livro de Barsacq, conforme observou Baptista (2008), foi enfatizada a diferença entre o sistema americano e o francês. Há uma tradicional relutância europeia em relação ao sistema industrial dos grandes estúdios americanos. O desenvolvimento da produção cinematográfica nos Estados Unidos é vinculado ao surgimento do termo *production design*.

> A origem do *production designer*: projetador ("conceituador" e designer ao mesmo tempo) da produção, remonta a 1923. Cedric Gibbons, trabalhando nos filmes de Douglas Fairbanks, percebe o "*gouffre*" que separava o cenário de sua realização visual (a *mise em scène*, a luz, as trucagens, etc.). William Cameron Menzies foi o primeiro a utilizar o método com sucesso em *E o vento levou* (*Gone with the wind*, 1939). É por seu trabalho neste filme que o título *production design* é pela primeira vez usado (BARSACQ, 1985, p. 160 *apud* Baptista, 2008).

O advento do designer de produção ocorreu em 1939, quando o produtor David O. Selznick deu o título para William Cameron Menzies por seu trabalho em *E o vento levou*[15], escreveu Lobrutto (2002, p. 2). Menzies ultrapassou o trabalho de um diretor de arte, que no filme foi realizado por Lyle Wheeler. Em dado momento da produção cinematográfica, Selznick considerou permitir que Menzies dirigisse o filme e, de fato, Menzies dirigiu pelo menos dez por cento dele.

Menzies criou, através do *storyboard*, uma concepção de todo o filme. Sua visualização detalhada de *E o vento levou* incorporou cor e estilo, estruturando e fornecendo unidade estilística a cada cena e abrangendo os movimentos de enquadramento, composição e movimentos de câmera para cada plano do épico filme. A contribuição de Menzies ajudou a expandir a função do diretor de arte para além da criação de *sets* e cenários, incluindo a responsabilidade do conjunto visual de um filme.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

[15] *E o vento levou*. Titulo original: *Gone with the wind*. EUA, 1939. Cor. 238 min. Direção: Victor Fleming.

Figura 16: *Sketch E o vento levou* por Menzies.

Fonte: https://br.pinterest.com/pin/180988478753164745/
Acesso em: 21/05/2015

Figura 17: Cena de *E o vento levou*.

Fonte: https://br.pinterest.com/pin/73887250106402817/
Acesso em: 21/05/2015

Em uma carta[16] a executivos da companhia, datada de 1º de setembro de 1937, Selznick escreveu que acreditava que necessitavam de um profissional com o talento e experiência nos *sets* de Menzies para a realização de *E o vento levou*.

> Quando ele receber o roteiro completo, ele poderá fazer todos os *sets*, os esboços e planos durante a minha ausência, para apresentá-los para mim após o meu retorno,

[16] Essa carta está na versão revisada e ampliada de Elliot Stein, não está no livro original de Barsacq.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

> e poderá começar a trabalhar no que quero neste filme, algo que foi feito apenas algumas vezes na história do cinema (na maior parte das vezes por Menzies) – um roteiro completo em forma de esboço, mostrando as posições de câmera, iluminação, etc. Este também é um trabalho para as sequências de montagem, e pretendo que Menzies não apenas planeje o seu *layout*, mas que também, em uma escala maior, dirija. Em resumo, planejo ter toda a parte física do filme, com muitas fases que não citei neste parágrafo (como lidar com a filmagem), pessoalmente cuidada por um homem que tem pouco ou nada para fazer – e este homem, Menzies, pode tornar-se um dos fatores mais importantes na produção deste filme (STEIN, 1976, p. 151-152 *apud* BAPTISTA, 2008).

Verdadeiramente, o trabalho de Menzies neste filme foi maior do que normalmente é associado ao termo "Direção de Arte". Selznick reconheceu que Menzies realizou muito mais trabalhos do que apenas projetar e decorar o *set* e sugeriu o crédito de "Design de Produção de William Cameron Menzies".

Menzies, completou Baptista (2008), não somente dirigiu a sequência do grande incêndio em Atlanta entre outras, como também trabalhou junto a Selznick no roteiro. Se houvesse algum problema com os representantes da *Technicolor*, o sistema de cor, era Menzies também quem resolveria como iluminar o *set*.

Figura 18: Créditos definitivos de *E o vento levou*.

Fonte: a sua própria reprodução

Definiu Barsacq (1985, p. 160 *apud* BAPTISTA, 2008) sobre a abrangência do trabalho do designer de produção: "O rol do '*production designer*' hoje, consiste em coordenar os diversos elementos que participam na realização de um filme: *mise em scène*, luz, enquadramentos, cenários, trucagens, etc.".

Baptista (2008) concluiu:

> O termo Design de Produção abarca uma função que é maior do seu antecessor, a Direção de Arte. Se bem é verdade que as tecnologias de pós-produção digital favorecem a passagem da Direção de Arte para o Design de Produção, há

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

importantes razões históricas que explicam a divisão e, ao mesmo tempo, os pontos em comum entre ambos termos.

O trabalho do designer de produção ultrapassa a função ser um mero intérprete do diretor. É de sua responsabilidade projetar esse conjunto visual, compreendendo assim tudo o que está dentro do enquadramento da câmera. O profissional deve fornecer todos os dados do projeto e supervisionar todos os aspectos do processo da etapa de pré-produção, envolvendo o preparo dos estúdios e/ou locações internas e externas e a montagem de todos os ambientes.

Lobrutto (2002, p. 1) relatou que o processo e aplicação do Design de Produção apresenta o roteiro com referências visuais, paleta de cores, opções de texturas, detalhes arquitetônicos e de época, escolha de mobiliário e objetos, assim como também do figurino. O designer de produção cria um conjunto visual coeso que apóia a história e que pretende se comunicar diretamente com o espectador.

A criação de um conjunto visual adequado e coerente com a abordagem do filme, decidido com o diretor, é o propósito do trabalho do designer de produção, o qual deve objetivar a construção de uma imagem que faça o espectador acreditar na genuinidade daquilo que vê e aceitar o universo ficcional apresentado, completou Hamburger (2014, p. 19).

Assim sendo, pensamos ser relevante analisar o design no processo de comunicação visual do cenário cinematográfico.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

4.3
O processo do design no projeto cenográfico

Relacionou Luiz Henrique da Silva e Sá (2008) a profissão do cenógrafo com a do designer e descreveu que um objeto, o qual é produto de um projeto de design, não funcionará nem existirá anulado do seu uso. Isto posto, é entendida a ideia de que um objeto exposto em um museu deixará seu significado original para adquirir outro, por exemplo. “Resumindo, um objeto desalojado de sua função primária ganha iconicidade e caráter museológico”, completou.

Defendemos aqui que, tal qual um objeto de design, funciona o cenário. O resultado de um projeto cenográfico só existe enquanto cenário se utilizado como tal. Assim sendo, “um cenário só existe como cenário em seu momento de funcionalidade, durante o tempo do espetáculo”, explicou Luiz Henrique da Silva

e Sá (2008). Enquanto em um palco desocupado, sem os atores, ausente de espectadores e desprovido de luz, o idêntico cenário que durante os espetáculos auxiliou na eventual transmissão de informação de um conjunto visual intencionado pelo designer, agora traduz-se em um amontoado de materiais aguardando pelos instantes de colocar em atividade a sua função. "Como qualquer objeto de design, o cenário se recria cada vez que é usado: usado pelos atores, usado pelo público, usado pelo drama", acrescentou Luiz Henrique da Silva e Sá (2008).

Assim como Luiz Henrique da Silva e Sá, entendemos que, em conjunto, todos os componentes de um determinado cenário legitimam-se como objetos representativos inseridos em um processo comunicacional visual com o espectador, mas somente quando tal comunicação eventualmente ocorre. Daí, pode-se compreender que é inerente aos objetos cenográficos o aspecto simbólico além do funcional. Da mesma forma, o cenário é a representação de um ambiente no qual operam certos símbolos através de um possível processo de informações ao espectador.

Lembramos que, conforme mencionado previamente nesta dissertação, foi explicado por Arnold Aronson (2013, p. 13) que do palco de um teatro para o enquadramento de um filme, o objeto sofre transformações tanto das suas qualidades funcionais quanto estéticas, significando que cada objeto pode deixar de ser algo em si mesmo (aliás, alguma vez ele o é?), tornando-se a representação de alguma coisa.

Gianni Ratto (1999, p. 22) também defendeu que nada, nenhum objeto deve ser inserido na cenografia, seja no teatro, cinema ou qualquer outro tipo de espetáculo, sem que tenha uma intenção clara para estar naquele ambiente. Se a "Cenografia é o espaço eleito para que nele aconteça o drama ao qual queremos assistir" (1999, p. 121), pode-se considerar que a Cenografia compreende aquilo que está inserido no espaço e também o próprio espaço em si. "Um cenário é equilibrado quando tudo o que está nele é essencial", completou Ratto (1999, p. 121).

São denominados *props* ou "objetos de contrarregragem" os elementos fundamentais ao desenrolar da ação e também aos objetos de uso pessoal dos personagens e da figuração, como uma mala de viagem e uma agenda, por exemplo, descreveu Hamburger (2014, p. 46). A importância de tais objetos na

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

narrativa converte-os em elementos "ativos" dentro filme. "Como tornar inesquecível, aos olhos do espectador, esse elemento vital à história?", perguntou Hamburger (2014, p. 46). Qual é então o ponto de partida de um projeto cenográfico? De que forma inicia-se o processo de criação objetivando a comunicação com o espectador? Objetiva-se um público específico?

Relatou Hamburger (2014, p. 18) que o roteiro é o princípio para o designer de produção fazer as opções abrangendo a arquitetura e outros elementos cênicos, alinhavando e coordenando os trabalhos e projetos de cenografia, figurino, maquiagem e, quando houver, efeitos especiais. Desta forma, trabalham em conjunto o diretor, o designer de produção e o diretor de fotografia na concepção de ambientes particulares ao filme, imprimindo também significados visuais que excedem a narrativa.

> Um mundo se deixa entrever e, durante um período, aquela história guiará seus passos. Atento a qualquer sinal, externo ou interno, que o ajude a compreendê-la e dar-lhe sentido, procura sua significação plástica e espaços expressivos para abrigar cada ação e os personagens que a compõem. (HAMBURGER, 2014, p. 28)

Vale observar que ao longo do artigo *Obra aberta ao público visitante*[17], Daniel Schenker (2001, p. 4) também debateu sobre o projeto cenográfico e sua origem a partir do texto. "Será que o texto [...] permanece como base de trabalho, mesmo depois de perder o seu *status* de elemento principal do fazer teatral?", perguntou. Principalmente após o estabelecimento do encenador, o autor perdeu a sua soberania sobre o espetáculo. Muitos cenógrafos sustentam a relevância do texto, centralizando no mesmo o ponto inicial das suas criações. Porém, diversos outros cenógrafos e designers tratam o texto como mais um dos elementos constituintes do espetáculo, não encontrando-se mais o mesmo como a única possibilidade dos espectadores assimilarem os significados da obra.

Descreveu Luiz Henrique da Silva e Sá (2008) que qualquer projeto de design envolve o projetista, o(s) cliente(s) e o(s) usuário(s). Assim também ocorre com a cenografia. Partindo da compreensão de que todo espetáculo tem um ou mais autores, como "dramaturgos, roteiristas, libretistas, compositores etc.", o autor entendeu que são esses os clientes primários do projeto cenográfico, pois

[17] SCHENKER, Daniel. **Obra aberta ao público visitante.** *Revista de teatro* (nº 528): Novembro/Dezembro, 2011.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

são deles as primeiras indicações e conceitos para o desenvolvimento do mesmo. O cliente secundário encontra-se no diretor, pessoa cujo trabalho consiste em reunir todos os componentes de uma criação coletiva gerando um conceito único e uma unidade.

No que se refere aos usuários, Luiz Henrique da Silva e Sá separou-os em usuários ativos e usuários passivos. O primeiro grupo refere-se àqueles que vivenciam corporalmente o espaço cenográfico no qual ocorrem interações em um percurso espacial, consequentemente modificando também o próprio espaço criado através de suas presenças. Tal grupo é composto por atores, cantores, músicos, dançarinos e etc. A cenografia projetada deve se comunicar visualmente com o usuário passivo, o espectador.

Sobre os personagens, deve-se questionar como relacionam-se entre si, analisar como se dá o desenvolvimento de cada um dentro da narrativa e estabelecer associações entre os mesmos e os ambientes por eles habitados. Se a prática do design pode ser entendida como um processo de trabalho que produz um código de distinção social de diferentes grupos da sociedade, pensamos que o mesmo pode ser aplicado aos personagens. O espaço cenográfico é concebido para definir o personagem que o habitou, habita ou habitará. Faz-se possível observar o Design de Produção como uma ferramenta narrativa através de arquitetura, forma, espaço, cor e textura. Tanto a constituição quanto a personalização de cada personagem possui a intenção de se dar através da visualização dos cenários nos quais estão inseridos. Através dos elementos visuais adotados, os ambientes devem revelar informações sobre a situação econômica, camada social e opção política e religiosa, estrutura emocional e psicológica e tudo mais que for relevante sobre todo sujeito incluído na narrativa. Onde esses indivíduos vivem e como eles se relacionam com o ambiente? Qual é o impacto do ambiente nas suas vidas? Lembremo-nos de alguns exemplos já citados do filme *E la nave va*, como por exemplo na cena de abertura na qual é possível observar que os personagens são abonados indivíduos da sociedade europeia através tanto do elegante figurino como pelos carros que os transportam na chegada a um cais. O próprio *Gloria N* é revelado um navio de luxo através do seu imponente salão com lustres de cristal, toalhas de mesa bordadas, inúmeras pinturas na parede e mais todos os detalhes que o compõem para ser interpretado como tal.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

Onde trabalhamos e vivemos é um reflexo de quem somos, descreveu Lobrutto (2002, p. 30). Ressaltamos que um designer de produção não é um designer de interiores ou um decorador, no entanto. Um designer de produção auxilia, principalmente, a contar uma história.

Através dos objetos expostos no espaço dá-se a caracterização final do mesmo. Tais elementos inseridos no ambiente pretendem evidenciar os interesses pessoais e particularidades dos personagens e são utilizados pelos atores no desenvolvimento das ações dramáticas. Fruto da arquitetura aplicada ao projeto, da pesquisa das ações nele contido e da caracterização de cada personagem, o desenho no espaço é o início para o projeto de um cenário, pois influenciará diretamente nos movimentos da câmera e dos atores. Observou Hamburger (2014, p. 35) que "esse é, talvez, o ponto mais importante da relação entre a cenografia e a dramaturgia, sua colaboração na estruturação das cenas – seja do ponto de vista da atuação, seja com relação aos recursos que oferece para a fotografia". É essencial o reconhecimento das ações ocorridas em cada cenário, assim como a verificação da sua relevância dentro do trajeto dramático para que se torne possível definir o tipo de arquitetura e conjunto visual do Design de Produção. "O espaço e os objetos contracenam com os atores na construção da ação, enquanto o quadro é redesenhado a cada movimento", descreveu Hamburger (2014, p. 19). Como anteriormente, perguntamo-nos em que medida Hamburger fez menção à capacidade de atuação dos objetos? Novamente, não nos parece correto afirmar que os objetos são detentores de tal capacidade.

A autora relatou que a configuração arquitetônica e visual produz o entendimento da narrativa associado a interpretações simbólicas, históricas, sociais psicológicas etc. Simultaneamente, "em ação sinestésica característica do cinema, suas propriedades plásticas provocam os sentidos sensoriais do espectador atribuindo novos significados à experiência", completou Hamburger (2014, p. 19).

Conforme procuramos explicar, entendemos que os novos significados citados acima por Hamburger somente serão transmitidos ao espectador se validado o processo de comunicação visual do cenário com o mesmo através do universo simbólico comum ao designer e aos espectadores do filme.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

4.4
A concepção da cenografia como representação simbólica

De acordo com o que já foi visto até aqui, a cenografia cinematográfica possui aspectos particulares, conectando-se de variadas formas com o objeto. A qualquer novo enquadramento e movimento de câmera transformam-se as conexões espaciais, criando condições para a multiplicação dos significados dos elementos em cena. Em um determinado plano, um objeto aparece como um dos elementos do ambiente e, logo no plano seguinte, eventualmente, o mesmo é destacado em um plano fechado apresentando características e importante significado para a narrativa.

Relatou Hamburger (2014, p. 41) que a transição no cinema do preto e branco para a cor acarretou em uma complexidade superior em relação à criação das cenas. Se ao surgir o negativo sensível Hollywood determinou um procedimento padrão para a utilização dar cor, Antonioni[18], Godard[19] e Fellini foram alguns diretores que praticaram experiências cromáticas em seus filmes, experimentando tonalidades e contrastes como possíveis condutores de significados da imagem. O próprio *E la nave va* de Fellini e a transição da imagem sépia para a colorida é um ótimo exemplo, conforme analisado no Capítulo 2.

Cada época, cada lugar, cada povo e cada classe social concebe códigos particulares para o uso da cor demonstrados através das artes, das vestimentas, do colorido particular e, de acordo com o que já vimos, esse conjunto é o que Bourdieu denominava *habitus* ou disposição. Assim sendo, as cores ou seu conhecimento e escolha, precedem a existência de um filme. Elemento narrativo significativo, a paleta de cor demarca o universo fílmico, caracterizando gêneros e épocas específicas, por exemplo. As cores colaboram na particularização do funcionamento da narrativa, na caracterização dos personagens e na concepção dos cenários, tendo na sua utilização a intenção de operar nas sensações do espectador e na sua relação com o filme.

Faz-se importante observar que ao atribuir a uma determinada cor um significado exato, generalizando de forma rasa a sua manifestação, implica-se na

[18] Michelangelo Antonioni (19012-2007) foi um cineasta italiano.
[19] Jean-Luc Godard é um cineasta franco-suíço.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

redução do seu valor de expressão para "regras distorcidas" de seu uso, ressaltou Hamburger (2014, p. 42).

Assim como a cor – no caso da confecção das imagens – a textura é, da mesma maneira, fundamental para o projeto do conjunto visual e, também, para a caracterização dos personagens e dos cenários. A textura das superfícies tenta definir a ação do tempo através das características particulares da condição dos elementos expostos. Os objetos e o estado dos mesmos proporcionam informações à percepção dos ambientes exibidos, da história e das circunstâncias apresentadas. Compreendemos, portanto, que esse conjunto visual apresentado através do projeto desenvolvido pelo designer de produção oferece ao espectador a possibilidade de identificar-se ou não com as referências visuais do filme.

Empregamos ou imprimimos aos objetos determinados significados através do seu uso social, ou seja, aquilo que já está legitimado pelo *habitus*. A união das características visuais de cada objeto com o sua relevância histórica e simbólica gera significados dramáticos fundamentais para as escolhas do designer de produção. A escolha destes estabelece uma fundamental ligação com a narrativa e sua localização no tempo e espaço e entre os personagens e o conjunto visual apresentado. Relatou Hamburger (2014, p. 44) que cada peça inserida no cenário é especificamente eleita ou desenhada e construída. "Sua expressividade conta com os significados utilitários, formais, simbólicos e, mais uma vez, subjetivos", completou a autora.

Há uma categorização dos objetos utilizados em um filme devido à caracterização dos ambientes e ao desenvolvimento das ações dramáticas. A caracterização dos ambientes reporta-se à composição do espaço como personalização do universo relativo ao personagem, à sua história e às suas expectativas de vida, interpretadas pelas opções estéticas a ele atribuídas. O estilo ao qual pertence, a disposição no espaço cênico, a quantidade exposta e a boa ou má qualidade dos objetos do mobiliário de uma residência, procuram referir-se à nacionalidade, aos anos de vida, à profissão, ao estado civil e à classe social do personagem. Ao mesmo tempo, a configuração da composição dos objetos no espaço e a condição na qual se encontram têm a pretensão de manifestar características significativas da personalidade e do contexto da vida daquele personagem. "O caráter dos cenários, conformado pelos objetos que o compõem, além do tipo de arquitetura e espaço, cor e textura dominantes, insere o

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

personagem em um meio específico", escreveu Hamburger (2014, p. 45). Se "cada peça adicionada ao espaço cênico conterá informações e provocará sensações a serem exploradas pela direção de arte", conforme prosseguiu a autora (HAMBURGER, 2014, p. 45), pelo menos, a utilização de cada objeto terá a intenção de provocar sensações nos espectadores, complementamos. Nos minutos iniciais do filme *E la nave va*, por exemplo, é estabelecido através dos elementos do espaço cênico, como a arquitetura, os tipos de materiais utilizados e o próprio *Gloria N*, o cenário de um cais. Através do figurino e dos carros que transportam os personagens, é possível observar que tratam-se de integrantes de uma parcela distinta da sociedade, conforme exemplificamos anteriormente. Todavia, indagamo-nos, de que forma o que é essencial no cenário torna-se fundamental no processo de comunicação visual com o espectador?

4.5
Os efeitos da imagem sobre o espectador

O que, afinal, é possível ser comunicado através de um objeto cenográfico? Partimos da constatação de que um objeto tridimensional, isto é, um objeto cenográfico, é percebido pelo público de cinema pela visão. Assim, fizemos uma associação do objeto tridimensional com o objeto bidimensional, ou melhor, tal como ele é percebido na tela do cinema, embora existam vários truques para que o espectador pense que eles são tridimensionais, incluindo aí as recentes técnicas de 3D. Ora, um objeto é projetado ou utilizado pelo designer de produção, mas agora ele é operado como imagem bidimensional e não mais como tridimensional. Daí nos perguntamos sobre o quê ele comunica e sobre a extensão dessa comunicação.

Ao projetar um cenário limitando um espaço cênico de um filme, conforme já exposto, o designer de produção oferece novas significações a esse espaço e procura estabelecer relações com o espectador a partir do cenário e através da intencionalidade do posicionamento do mobiliário, da definição do uso da cor, da determinação das formas, do estudo da volumetria, da escolha das texturas e dos materiais. Cada elemento adicionado à cenografia contém informações e o cenário pode se tornar, eventualmente, um veículo comunicacional de influência produzindo um impacto direto que se exerce sobre o espectador, criando estímulos e gerando diferentes percepções. Todavia, essas percepções são abertas

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

ao entendimento dos observadores que podem ver ou interpretar qualquer coisa a partir delas. Daí nos perguntamos de que forma tais estímulos e percepções são percebidos? Os designers de produção teriam controle dos seus projetos? Isto é, como podemos saber se eles estão localizados nos cenários e nos seus objetos cenográficos ou nos observadores que os observam? Essa discussão é antiga, mas ainda pertinente: o sentido está objetivamente no objeto ou na subjetividade do observador? Ele é interno ou externo ao cenário? Se o sentido está no próprio objeto cenográfico parece ser mais fácil analisá-lo, mas se é externo e se localiza no sujeito que observa, tudo muda, pois daí é preciso saber como se constrói a subjetividade do observador. Ou seja, ela é individual ou é construída socialmente? E perguntamo-nos ainda se a experiência para o espectador assistindo mais de uma vez a um mesmo filme seria sempre igual, apesar de tratar-se de um acontecimento previamente gravado em uma película? Ou seja, ao assistir a um filme inúmeras vezes o espectador compreenderá sempre significados idênticos ou poderá assimilar novas compreensões?

Explicou Luiz Henrique da Silva e Sá (2008) que o tipo de interação do usuário passivo com o cenário difere-se totalmente da estabelecida com o usuário ativo. "O espectador não usará o espaço corporalmente, não fará uso de suas instalações e dispositivos para se locomover". Mesmo assim, o autor o colocou como um usuário de extrema importância para o projeto cenográfico. A interação do usuário passivo com o espaço concebido ocorrerá através do sentido da visão, pelo qual há a intenção do espectador captar as informações enviadas pela sua concepção espaço-temporal e pelo seu próprio repertório de referências, compreendendo eventualmente a mensagem que se propôs ser transmitida e estabelecendo dessa forma a comunicação visual. Ward Preston (1994, p. 75), por exemplo, relatou que o designer possui as ferramentas visuais para induzir emoções e é sua a capacidade de manipular associações visuais que definem o estilo de um filme bem projetado. Nós concordamos.

Entendemos que a elaboração da imagem tanto pelos diretores, diretores de fotografia e designers de produção, isto é, por quem a produz, não transmite um sentido unilateral para quem a vê, ou seja, os espectadores. Depois de ler o roteiro, os designers analisam quais objetos deverão ser produzidos ou eleitos para compor a cenografia do mesmo. Contudo, tais objetos são projetados ou escolhidos a partir de outras referências do universo simbólico particular do

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

designer. Assim, pensamos que a legitimação do processo de comunicação visual através do cenário presume símbolos comuns entre o transmissor e o receptor, pressupondo ser elemento dos repertórios do somatório de experiências, conhecimentos codificados e processamentos de inculcação de ambos.

Ao projetar para um filme cinematográfico, o designer de produção utiliza a sua própria experiência que já é carregada de informações e inculcações. Os objetos cenográficos projetados e eleitos tentarão tornar possível a comunicação do observador com a representação constituída. Tudo dependerá de qual objetivo se tem no projeto (*briefing*) e se o objetivo é que o público os reconheça de alguma forma. Como se dá um possível processo de comunicação?

Está subordinado ao conjunto de experiências do designer o desenvolvimento de um projeto. Mas, o que acontece quando o designer utiliza informações que extrapolam o conhecimento ordinário dos espectadores? Se esses objetos forem completamente desconhecidos do público, se não transmitirem nenhuma referência ao espectador, não serão percebidos e não será consumada a comunicação entre ambos, daí tal processo ser provável ou mesmo, tal como já apontávamos anteriormente nesta pesquisa, eventual.

Luiz Henrique da Silva e Sá (2008) defendeu que tal processo só acontece se há algum elemento conhecido, pois "só se aprende a partir do que se conhece". Dessa forma, um mecanismo de associação seria acionado para a formulação de um conceito e o repertório de associações é particular a cada indivíduo que o constitui ao longo da vida.

Relatou Bourdieu (1983, p. 80) que "desde que a história do indivíduo nunca é mais do que uma certa especificação da história coletiva de seu grupo ou de sua classe", é possível observar nos sistemas de disposições de cada indivíduo modalidades estruturais do *habitus* relativo a um grupo específico pertencente a uma classe social. Sob esse ponto de vista, então o *habitus* é o gerador do gosto da classe social e é compreendido como o causador de todas as práticas. Dessa forma, existiria um gosto possível para cada posição social e tal gosto não está livre das imposições da vida em sociedade.

Analisemos novamente o texto *Gostos de classes e estilos de vida*, mencionado anteriormente, no qual Bourdieu (1983, p. 82-83) deixou exposto que "as diferentes posições no espaço social correspondem a estilos de vida, sistemas de desvios diferenciais que são a retradução simbólica de diferenças

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

objetivamente inscritas nas condições de existência". Nossas práticas e nossas propriedades estabelecem uma expressão sistemática das nossas condições de existência, ou seja, o que denominamos de estilo de vida. Tais práticas e propriedades são resultado de um operador prático comum: o *habitus*.

Portanto, tais condições de existência funcionam como parâmetros que, de alguma forma, determinam os estilos de vida, isto é, as práticas e as propriedades de uma posição social determinada a qual é preenchida por um agente social especifico. O *habitus*, colocando-se tal qual as preferências sistemáticas, projeta as práticas e propriedades já incorporadas e inculcadas, comprovando-as como construções sociais. Composto em específicas condições materiais de organizações sociais, "esse sistema de esquemas geradores, inseparavelmente éticos ou estéticos", expressa a carência de tais condições em sistemas de preferências materiais nos quais as oposições exibem, "sob uma forma transfigurada e muitas vezes irreconhecível, as diferenças ligadas à posição na estrutura da distribuição dos instrumentos de apropriação", convertidas, portanto, em distinções simbólicas (BOURDIEU, 1983, p. 83).

Bourdieu (1983, p. 83-84) referiu-se ao conjunto das "propriedades", termo utilizado no duplo sentido, de que se ladeiam os indivíduos ou grupos – "casas, móveis, quadros, livros, automóveis, alcoóis, cigarros, perfumes, roupas" – e nas práticas em que evidencia-se sua distinção – "esportes, jogos, distrações culturais" – pois estão inseridas no *habitus*. O gosto, preferência à apropriação seja material e/ou simbólica de uma categoria de objetos em particular, é a fórmula geradora que encontra-se no princípio do estilo de vida. O estilo de vida traduz-se em um conjunto de preferências distintivas que expressam-se, entre outros, na mobília e nas vestimentas.

Faz-se interessante mencionar que em uma passagem de *Design for the real world*, Papanek (1973, p. 67) mencionou que em meados da década de 1930 a imagem americana no exterior era frequentemente criada pelos filmes. O mundo do "faz de conta" comunicou algo que mudou os espectadores estrangeiros mais direta e subliminarmente que qualquer enredo ou estrelas de cinema. Era a comunicação de um espaço idealizado, um ambiente com móveis estofados e equipado com as mais recentes invenções disponíveis. Paralelamente, Forty (2007, p. 265) em *Objetos de desejo* descreveu que evidenciou-se na mesma década a transformação da estética nos designs objetivando responder à demanda

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA

da produção industrial. Os filmes da época eram a glorificação da indústria americana através dos objetos que a celebravam, refletindo os ideais da própria América como pátria.

Retomando as questões apresentadas no inicio deste sub-capitulo e a partir destas reflexões, percebemos a necessidade da realização da coleta de determinados dados.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1412255/CA