

4. O discurso dos profissionais de *concept art*

O objetivo deste capítulo é fazer emergir a voz dos profissionais de *concept art* e conhecer a opinião deles a respeito do campo, tanto no mercado norte-americano, que tomamos como modelo, quanto no mercado brasileiro. Essa tomada de relatos apresentou dificuldades diferentes para as duas realidades que pretendíamos investigar. No caso da indústria norte-americana, a dificuldade de acesso direto aos profissionais nos levou à busca de meios alternativos ao das entrevistas e questionários. A principal fonte documental encontrada para atingir o objetivo proposto foi um vídeo disponível na internet, em que Feng Zhu – experiente profissional atuante nas indústrias de videogame e de cinema –, faz uma extensa análise a respeito da função de *concept artist*, da posição do profissional no mercado, e da formação da mão de obra.

O mercado brasileiro apresentava problemas de outra ordem. Qualquer documentação a respeito da atuação de profissionais da área é pouca ou praticamente inexistente. Entretanto, a proximidade geográfica proporcionou contato direto com os profissionais de *concept art* atuantes no mercado local, o que possibilitou a utilização de entrevistas como ferramenta de pesquisa.

As entrevistas se concentraram no Rio de Janeiro, principalmente por questões operacionais, e foram entrevistados profissionais atuantes no mercado tanto como *concept artists*, quanto como contratantes desses profissionais.

Para realizar as entrevistas, era importante estar dotado de uma visão mais precisa de como o mercado define a função e do que é esperado do profissional em termos de habilidades e formação. Buscamos, então, informações nos sites dos principais estúdios. Infelizmente nem todos os estúdios abriram vagas para artistas de desenvolvimento visual durante o período de realização da pesquisa, e os perfis das funções não ficam disponíveis se as vagas também não estiverem. Solicitações formais foram enviadas aos principais estúdios, mas a maioria não retornou o contato. Apenas um estúdio retornou o contato, porém a resposta foi negativa. Isso fez com que a seleção de perfis fosse menos restrita aos estúdios de animação.

Apesar das dificuldades em localizar informação, os dados coletados podem fornecer um panorama razoável do que é exigido pela indústria.

Não encontramos nenhuma referência documental que pudesse nos auxiliar na apuração do perfil profissional de *concept art* no mercado brasileiro. Os dados foram retirados das seguintes fontes: Creative Skillset³⁷, E-How Money³⁸, Blue Sky³⁹ e Disney⁴⁰. As categorias recorrentes em quase todos os perfis são: descrição da função, habilidades técnicas e formação.

A nomenclatura – como foi verificado durante a pesquisa –, não é unificada em absoluto. Cada empresa designa a função de acordo com os seus critérios próprios. Entretanto, é interessante notar que os sites independentes, que não estão atrelados a nenhum estúdio, nomeiam o campo como *concept art*. É o caso do Creative Skillset, site especializado em perfis profissionais da indústria criativa, e do E-How Money, site que, como o próprio nome já deixa claro, é voltado para esclarecimento sobre diferentes atividades profissionais. Na Blue Sky, o termo utilizado é *designer* e na Disney, é visual *development artist and painter*, termo que foi utilizado no estúdio durante toda a fase dos anos de 1990, conforme visto nos capítulos anteriores.

Entretanto, se a nomenclatura pode variar muito de uma fonte para outra, as descrições de função, mesmo não sendo idênticas, apresentam pontos em comum. Todas ressaltam o fato de que o *concept artist* é aquele que, sob a supervisão do *production designer*, desenvolve personagens, cenários, adereços, esquemas de cor, enfim, tudo aquilo que faz parte da concepção visual do filme.

O perfil de função mais detalhado é do site Creative Skillset. Além da descrição de quais são os itens que um *concept artist* desenvolve em uma produção, o site ainda destaca o fato de que o profissional da área é especializado, trabalha em regime profissional *freelance* e que a demanda por este tipo de trabalho é limitada. O perfil do Creative Skillset destaca ainda que, nas produções de grande orçamento, uma equipe de profissionais de *concept art* é contratada, ficando cada um responsável por um determinado aspecto visual do filme, tais como veículos, personagem, criaturas etc.

³⁷ http://www.creativeskillset.org/film/jobs/productiondesign/article_4680_1.asp. Acesso em: 28/04/2013.

³⁸ http://www.ehow.com/facts_5618539_job-description-concept-artist.html. Acesso em: 29/04/2013.

³⁹ <http://blueskystudios.com/jobs/>. Acesso em: 29/04/2013.

⁴⁰ <http://disneycareers.com/en/default/>. Acesso em: 29/04/2013.

Algo que salta a vista em todos os textos é a solicitação de habilidades técnicas, tais como perspectiva, desenho de figura humana e de ambientes. A capacidade de representação figurativa está clara em quesitos tais como desenho de figura humana e perspectiva. Diz-se figurativa, e não realista, porque o Cinema de Animação trabalha mais frequentemente com a expressividade, como o cartum, do que com a simples reprodução do real.

O conhecimento sobre cores também é citado entre as habilidades desejadas em três dos quatro perfis. Entretanto, apesar do Creative Skillset não citar este conhecimento nominalmente, esse parece estar embutido na exigência por *excellent illustration skills*. Outra que aparece em três dos quatro perfis é o conhecimento dos programas de edição de imagem e pintura digital. Apenas a Disney não colocou a operação no Adobe Photoshop como pré-requisito. A Blue Sky destacou como desejável o conhecimento em Maya. O E-How também acrescentou o Maya à lista, além do Google Sketch Up e do Painter, este também citado pela Creative Skillset. Podemos fazer uma ponte aqui com o pensamento de Lyotard, abordado no subcapítulo sessão 3.1. O filósofo fala que o conhecimento é dotado de valor em função de sua operacionalidade. Não apenas a operação de programas gráficos, mas a ênfase nas técnicas de representação artística também está inserida no mesmo contexto de um conhecimento mensurável e instrumental.

O trabalho em equipe é outro item importante, tendo sido citado em dois dos quatro perfis coletados: Creative Skillset e Blue Sky. Ao levarmos em consideração a quantidade de profissionais envolvidos nas produções dos grandes estúdios, torna-se totalmente compreensível esta exigência. Conforme veremos no subcapítulo 4.1, Feng Zhu também ressalta que o trabalho de *concept art* é feito em equipes que normalmente são reunidas na fase de pré-produção por um período de dois a seis meses.

A formação *training and qualifications* foi a última categoria identificada a partir dos perfis coletados. Apenas a Disney não exigiu nenhum tipo de curso de formação no perfil profissional. Entretanto, é preciso levar em conta que este perfil está disponível no site mesmo sem haver qualquer vaga em aberto para a área. É possível que, no caso de haver disponibilidade de vagas, outras exigências sejam feitas aos candidatos.

Todos os outros perfis citam como exigência cursos ligados às Artes Visuais. O Creative Skillset recomenda cursos nas áreas de Belas Artes, Ilustração

e Artes Gráficas. O E-How assinala que muitas empresas cobram de seus candidatos cursos de certificação ou graduação nas áreas de Belas Artes, Design Gráfico, Arte Digital, Ilustração, Animação ou qualquer área relacionada ao universo das Artes Visuais.

A Blue Sky exige graduação nas áreas de Desenho Industrial, Pintura ou qualquer área relacionada às Artes Visuais. A empresa ainda exige entre dois e cinco anos de experiência profissional com desenvolvimento visual nas áreas de Animação, Computação Gráfica ou Videogames.

Uma vez conhecido em linhas gerais quais são as exigências do mercado norte-americano para esses profissionais e principalmente quais as atribuições da função, podemos nos debruçar sobre a visão dos próprios *concept artists* a respeito de sua atividade profissional.

4.1 Feng Zhu: a visão de um profissional da indústria norte-americana

Feng Zhu é uma das referências do *concept art*, atuando principalmente no mercado norte-americano de entretenimento. Participou como *concept artist* das equipes de produção de *blockbusters* do cinema como *Transformers* e *Star Wars Episode I*, além de várias produções de peso na indústria de *games*. Ele também é fundador da FZD School em Cingapura, uma das poucas escolas no mundo especializada em *concept art*. Além disso, Feng Zhu disponibiliza uma série de tutoriais *on-line* onde ensina técnicas de *concept art* e pintura digital. No episódio 53⁴¹ de seus vídeos tutoriais, Feng Zhu faz uma extensa comparação entre Ilustração e o que ele chama de *Industrial Design*. É importante tentarmos deduzir o que exatamente Feng Zhu está chamando de *Industrial Design*.

Feng Zhu relata que estudou *Industrial Design* no Art Center College of Design, em Pasadena, Califórnia, tendo assistido classes de Ilustração durante o curso. Entretanto, não foi encontrado no site da instituição o curso de *Industrial Design* a que Feng Zhu se refere. Alguns cursos apresentam o termo *design*, a saber: *Entertainment Design*, *Environment Design*, *Graphic Design*, *Interaction Design*, *Product Design* e *Transportation Design*. Pelo discurso adotado por Feng

⁴¹ Zhu Feng. *Illustration & Industrial Design*. Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=3TVji_fiKsw&list=UUbdyjrJAJDIACjCsJAGFAA&index=13. Acesso em: 29/03/2013.

Zhu durante todo o vídeo, parece razoável deduzir que o curso no qual o artista concluiu sua formação acadêmica foi o de *Product Design*, uma vez que Feng Zhu atribui grande importância à habilidade em projetar aquilo que ele chama de *hard surfaces*, ou seja, objetos tecnológicos produzidos pelo homem.

Ele parece utilizar o termo de forma um tanto genérica de início, mas depois torna a utilização mais precisa, ao dizer que o foco do vídeo é a indústria do entretenimento e não a indústria de carros ou produtos.

Feng Zhu define os termos que utiliza com pouca precisão e talvez as categorias sejam, por vezes, demasiado amplas. Ele parece mais interessado na descrição de seus conceitos do que na criação de uma nomenclatura precisa e cientificamente fundamentada. Entretanto, o que realmente interessa é que Feng Zhu separa duas atividades que estão contidas genericamente naquilo que chamamos de *concept art*. Para ele, a área se divide em projetos de *hard surfaces* e projetos de *soft surfaces*.

Os projetos de *hard surfaces* são aqueles que envolvem máquinas e objetos técnicos produzidos pelo homem e, segundo Feng Zhu, esses projetos são feitos por *industrial designers*, como ele. As *soft surfaces* são aquelas superfícies orgânicas – como figurino, figura humana e animais –, e seriam executadas preferencialmente por profissionais com formação em Ilustração. Salta aos olhos o fato de Feng Zhu separar Ilustração e o que ele chama de *Industrial Design* voltado para a indústria do entretenimento, como sendo áreas totalmente distintas:

[...] from an outsider point of view these two industries appears to be very similar. Illustration and industrial design both use drawings to communicate any idea. However, from a core perspective, the two sides are actually very, very deferent from each other.

A primeira grande diferença que Feng Zhu destaca entre as duas áreas é que, segundo ele, em Ilustração o trabalho é produzido diretamente para o consumidor. A ilustração é exatamente aquilo com que o consumidor vai interagir, ela é o trabalho final. Quando um ilustrador é comissionado para um trabalho, seja qual for – cartaz, capa de livro etc. –, a ilustração será o trabalho final e aquilo que vai chegar às mãos do cliente seja qual for o suporte:

This main difference is that – let me put the pipeline. ok! –, is that illustration is produce directly for the consumer. The consumer can see this illustration. That is exactly what the eyeball is seeing. And also, the money is attached directly to these illustrations.

No *Industrial Design* o processo é oposto, uma vez que as artes de produção não chegam ao consumidor médio de filmes e *games*. O consumidor deve empreender um esforço para ter acesso a essas artes por meio de livros de arte ou vídeos de *making of* que tornem explícito o processo de produção.

Segundo Feng Zhu, a etapa de *industrial design* na produção de um filme ou de um videogame dura aproximadamente de dois a seis meses de um período total de produção que, em média, dura entre dois e três anos, podendo chegar a cinco anos.

A equipe de *industrial design* trabalha na etapa de pré-produção, e nesse espaço de tempo – entre dois e seis meses – deve desenvolver todo o *design* do produto, ou seja, cenário, adereços, maquinário etc. Depois de concluído o processo de aprovação, as artes desenvolvidas pela equipe serão trabalhadas pelos modeladores, texturizadores, animadores etc. E, finalmente, na pós-produção o material animado será enviado para a equipe de efeitos visuais e montagem.

For us in industrial design our main focus is not the artwork but the products here, the end result. So we don't have this here, this artwork to consumer. This is not here, the consumer never gets to see the artwork behind Assassin's Creed, behind Transformers, right? [...] They have to go to behind the scenes book, or "art of" books. But the average consumer, the average movie goer or the video game players, they not thick care less what the artwork looks like.

Para Feng Zhu, então, o produto final é o jogo ou o filme pelo qual efetivamente o consumidor final paga para ter acesso e não o *concept art* que foi desenvolvido como etapa do projeto. Ele conclui seu raciocínio com a constatação de que, no caso da Ilustração, ao destruímos a peça artística estamos destruindo o produto em si, mas, ao destruímos um desenho de produção, o produto final fica intacto. Nesse ponto, o discurso de Feng Zhu coincide com o de Rafael Cardoso, ao afirmar que o produto final do trabalho do *concept artist* não é o desenho ou ilustração produzida, mas o filme ou o videogame pronto. Cardoso afirma que uma das características do trabalho do *designer* é produzir planos, esboços ou modelos para a realização de produtos (DENIS, 1984. p. 20), o que caracteriza o

projetual da atividade. O *concept artist* faz o mesmo ao desenvolver conceitos visuais para personagens, cenários e adereços, mas não podemos incorrer no erro de achar que o trabalho tanto do *designer* quanto do *concept artist* se resume apenas a esse aspecto.

A segunda parte da análise de Feng Zhu se concentra na formação acadêmica de ilustradores e *industrial designers*. Mais uma vez, ele lembra sobre as muitas e possíveis interseções entre as duas áreas, também no que tange à Educação, e que sua análise é eminentemente generalista. Em primeiro lugar, Feng Zhu apresenta alguns dos principais temas ensinados em escolas de Ilustração: pintura de paisagens, cópias dos grandes mestres, escultura, desenho de modelo vivo, naturezas mortas e retratos.

Após esses temas, Feng Zhu destaca as seguintes categorias:

Personal expression – individualism

Personal style

Technical skills (heavy focus in anatomy & figures)

Different mediums

Experimentation

Self promotion – gallery

As duas primeiras categorias são, para Feng Zhu, essenciais para ilustradores, uma vez que, na opinião dele, quando o cliente contrata o profissional de Ilustração, ele o faz por causa do estilo pessoal daquele artista. A peça final de um ilustrador traz parte dele expressa no trabalho, e isso faz com que o desenvolvimento de um estilo pessoal seja importante na educação de um ilustrador.

É importante relativizar essa afirmação de Feng Zhu. Afirmar que todos os ilustradores têm que necessariamente ter um estilo pessoal e inconfundível é ignorar pelo menos o segmento de ilustração publicitária, em que, dependendo da natureza do trabalho, o estilo pessoal sequer faz parte do projeto. Qualquer campanha em que o hiper-realismo seja exigência para a divulgação do produto ou serviço tem como meta a verossimilhança e não a expressividade.

A categoria *technical skills* também é um ponto importante no processo de educação de um ilustrador, com foco pesado em representação da figura humana e

anatomia. Feng Zhu fundamenta sua argumentação com os exemplos de trabalhos que são, na maioria, orientados para o estudo e o desenvolvimento de figura humana e personagens. Todos os exemplos utilizados por ele são figurativos e realistas, o que nos leva a relacionar o que Feng Zhu entende como *technical skills*, com o que se definiu no capítulo dois como habilidades técnicas de representação figurativa, ou seja, a capacidade de *concept artists* e de ilustradores representarem o mundo a sua volta não importando, nesse caso, o estilo utilizado, se cartum ou hiper-realismo, se expressionismo ou classicismo.

A quarta categoria, *different mediums*, estaria, segundo ele, diretamente ligada à questão do estilo pessoal, uma vez que a escolha dos materiais com os quais trabalha o artista está ligada ao seu estilo pessoal. Há um número infinito de possibilidades de materiais, desde pastel, carvão, aquarela, guache, óleo, até a inclusão de materiais diretamente na ilustração, como um pedaço de metal. O material escolhido faz parte do estilo do ilustrador e tanto o consumidor quanto um colecionador vão comprar a arte por causa desse estilo.

Feng Zhu chama a atenção ainda para o fato de que um ilustrador pode ser contratado para um determinado veículo – ele próprio cita a revista *The New Yorker* – pelo seu estilo de desenhar personagens, por exemplo, que pode ser totalmente diferente do estilo de outro ilustrador que realize a mesma atividade.

A experimentação com diferentes estilos remete à quinta categoria, *experimentation*, que para Feng Zhu é muito importante no processo de formação de um ilustrador. A última categoria formulada é a autopromoção, *self promotion*, na qual o profissional de Ilustração tem que investir muito tempo e energia, uma vez que o trabalho de um ilustrador é a sua fonte de renda. Pelo menos no caso do *concept art* para Cinema de Animação essa afirmação de Feng Zhu não se aplica integralmente, pois a maioria dos artistas de renome na indústria têm blogues e sites de autopromoção, e muitos participam de exposições e publicam livros. Um exemplo recente é o livro *Moonshadow*, que reunia os trabalhos pessoais de *concept artists* que atuaram em produções da Dreamworks.

Na terceira parte de sua análise, Feng Zhu se dedica à questão do plano de carreira (*career*), em quais são as possibilidades de colocação no mercado tanto para ilustradores quanto para *industrial designers*.

Mais uma vez, Feng Zhu ressalta que os ilustradores estão normalmente mais ligados àquilo que ele chama de *soft surface* – personagens, criaturas,

figurinos e paisagens. O desenvolvimento de personagens é um dos principais focos de mercado para ilustradores, segundo Feng Zhu.

Exatamente como nas outras duas partes de sua análise, Feng Zhu, aqui também, estabelece uma série de categorias tanto para Ilustração quanto para *Industrial Design*. Para o planejamento de carreira de um ilustrador, ele destaca as seguintes categorias:

Famous illustrator – galleries & books

Book/Movie/Film – posters & covers

Marketing art

Key animator / Creative art director

Layout – Color key – Mood paintings

Costume & Character designer

Na primeira categoria, Feng Zhu volta à questão de a notoriedade ser um diferencial importante para um ilustrador, pois o cliente procura pelo trabalho de ilustradores como Frank Frazzetta e Norman Rockwell, porque querem os trabalhos desses ilustradores e não de outro qualquer. A questão da notoriedade nos remete também à questão do estilo que Feng Zhu aborda na parte dedicada à formação profissional. Segundo ele, o nome de um ilustrador pode fazer parte do *marketing* de uma peça, ao contrário do que normalmente acontece com um *industrial designer*, cujo nome não é importante e sim o seu portfólio. Isso faz com que a visibilidade seja um fator essencial e exposições e livros de arte sejam instrumentos valiosos na divulgação do trabalho de um ilustrador.

As duas categorias seguintes dizem respeito à colaboração na produção de livros, revistas, pôsteres e ao que Feng Zhu chama de *marketing art*, e que nós poderíamos associar às cadeias produtivas de *design* promocional e *design* de embalagens. Feng Zhu cita o exemplo dos *concepts* feitos por ele para o filme *Transformers*, no qual o produto final do seu trabalho foram os típicos *model sheets* para *design* de personagens: vista frontal, perfil, três quartos e posterior. Para Feng Zhu, essas imagens seriam extremamente desinteressantes para o uso em peças de marketing, o que leva à contratação de um ilustrador que está preocupado em como determinado tema pode ficar mais interessante para o consumidor em vez de estar focado em questões de *Design* e funcionalidade.

As três últimas categorias com que Feng Zhu trabalha a seguir são de especial interesse para este trabalho, uma vez que ele as define como sendo funções intrínsecas a estúdios como Disney, Dreamworks e Pixar.

Ele destaca a princípio a função de *key animator*⁴² como sendo uma possibilidade de carreira para ilustradores, e em seguida define as tarefas de um *creative art director*. Esta função não é muito desenvolvida por Feng Zhu, limitando-se ele a definir esse profissional como sendo aquele que diz a outros artistas como deve ser o *design* e a paleta de cores de um produto específico.

Em sua categoria seguinte, Feng Zhu acumula três atividades – *layout*, *color key* e *mood paintings* – e informa que grande número de ilustradores é contratado contratado pelos grandes estúdios de animação para desenvolverem o tom, as cores e a atmosfera dos filmes. Para tanto, eles devem ter um ótimo conhecimento sobre iluminação, sobre emoções e expressões, conhecimentos esses que os ilustradores normalmente trabalham em sua formação, segundo Feng Zhu.

Finalmente, na última categoria, Feng Zhu não define, mas apenas cita *Costume & Character design*, reafirmando que todas são do tipo *soft surface*.

Para o *industrial designer*, Feng Zhu estabelece as seguintes possibilidades de carreira:

Design environments, props, sets, vehicles

Video games, FX Studios, films

Product design, toys, theme parks

Production designer

Concept department

Architecture, military, interior designs

Mais uma vez Feng Zhu reforça a questão do *hard surface* como sendo o território do *industrial designer*, podendo esse profissional trabalhar com personagens ou figurino, mas, normalmente, estando ele ligado ao desenvolvimento de ambientes, veículos e adereços.

Para Feng Zhu, o mercado para este profissional é bem amplo, começando – como vemos na listagem acima – na indústria do entretenimento e chegando até o

⁴² No processo de animação tradicional, *Key Animator* é aquele que executa os *keyframes*, que depois serão enviados ao *inbetweener*, que colocará os intervalos entre os *keyframes*.

design do mundo real – *design* de interiores, por exemplo, e encerra suas considerações reafirmando que para ele a principal diferença entre ilustrador e *industrial designer* é a questão do produto final. O trabalho do ilustrador é o produto final enquanto o do *industrial designer* não é.

Por fim, Feng Zhu enumera as categorias que ele considera importantes para a formação de um *industrial designer* voltado para a indústria do entretenimento.

Uma arte finalizada de um *industrial designer* é utilizada como parte do processo, tanto para as equipes de produção quanto na aprovação de orçamentos para um filme, servindo como referência para os produtores e investidores entenderem qual será o estilo visual do filme.

Feng Zhu destaca as seguintes categorias para o *industrial design* voltado para a indústria do entretenimento:

Industry techniques

Common workflow

Focus on problem solving & Design

Fundamentals (heavy on science)

Understanding pipeline

Mass consumer focused

A primeira categoria, *industry techniques*, é ligada ao desenvolvimento de máquinas, como estas máquinas são e qual a sua funcionalidade, além disso, está diretamente conectada à categoria seguinte, *common workflow*.

A questão do *common workflow* é relacionada com a expressão pessoal que Feng Zhu considera como sendo vital para o ilustrador, mas que não tem grande importância para o *industrial designer*. Não é importante para um *industrial designer* desenhar com um estilo pessoal que se destaque dos outros profissionais da área. Ele afirma que, pelo contrário, muitos *designers* têm trabalhos muito semelhantes, quase idênticos e cita nomes como Syd Mead, Joe Johnston e ele próprio, que desenham inclusive com praticamente os mesmos materiais, não tentando realizar trabalhos com diferentes estilos uns dos outros simplesmente porque não é por isso que eles são contratados. Os clientes os contratam por causa do conteúdo dos seus trabalhos, o que está acontecendo, ou por qual o *design* está expresso no desenho. Por isso, segundo Feng Zhu, as escolas de *Industrial Design*

ensinam basicamente as mesmas técnicas e a utilização dos mesmos materiais, o que faz inclusive com que os trabalhos dos egressos dos cursos destas escolas sejam extremamente semelhantes. O trabalho do *concept artist* é de autoria compartilhada, e mesmo que o artista encontre uma zona não explorada na qual ele colocará sua subjetividade, é evidente que, em um filme de grande orçamento, o que está em jogo é mais do que a autoexpressão.

A terceira categoria que Zhu aponta como vital para o *industrial designer* é *problem solving* ou solução de problemas, em português. Esta, aliás, é uma categoria importante no Design como um todo. A funcionalidade é importante no trabalho de *industrial designer*, determinar como as coisas funcionam, se um carro é movido à bateria ou a vapor. Como foi exposto no subcapítulo 4.2, a solução de problemas é uma das principais questões do *Design*. Tanto em autores clássicos como Bruno Munari quanto em autores contemporâneos como Ambrose & Harris, esta é uma das facetas mais importantes do campo, e Feng Zhu se alinha com esta linha de pensamento ao afirmar que o *concept art* também é uma atividade que visa solucionar problemas.

Quanto à categoria *fundamentals*, Feng Zhu destaca questões científicas, perspectiva, como a luz afeta diferentes superfícies com diferentes colorações. Obviamente, Ilustração também tem sua parte científica em questões ligadas principalmente à anatomia. Feng Zhu afirma que a Ilustração lida com o que ele chama de *soft surface* – criaturas e personagens – e o *industrial design* com *hard surfaces* – máquinas, equipamentos e ambientes.

A questão de representação de materiais também é levantada por Feng Zhu. Os ilustradores seriam mais focados em pele, pelos, tecidos enquanto os *industrial designers* estariam mais focados em materiais tais como plástico e metal. Neste ponto, cabe ampliarmos e refletirmos sobre o conceito de representação. A palavra representação tem várias definições, entretanto, o *Dicionário Houaiss* nos fornece duas de particular interesse: “ideia ou imagem que concebemos do mundo ou de algo” e “reprodução em imagem, figura ou símbolo” (HOUAISS e VILLAR, 2001, p.647). O *concept artist* produz imagens que têm referência no mundo real e que representam alguma coisa. As imagens de um *concept artist* são signos de algo, e em muitos casos são signos de algo que não existe no mundo real. A questão é se poderíamos dizer que o *concept artist* cria signos que representam

conceitos. Donis Dondis explica a questão da representação através do exemplo de reconhecimento de um pássaro:

A categoria geral total do pássaro é definida em termos visuais elementares. Um pássaro pode ser identificado através de uma forma geral, e de características lineares e detalhadas. Todos os pássaros compartilham referentes visuais comuns dentro dessa categoria mais ampla. Em termos predominantemente representacionais, porém, os pássaros se inserem em classificações individuais, e o conhecimento de detalhes mais sutis de cor, proporção, tamanho, movimento e sinais específicos são necessários para que possamos distinguir uma gaivota de uma cegonha, ou um pombo de um gaio. (DONDIS, 2000, p.87)

Esse processo de identificação, segundo Dondis, chega até o processo cada vez mais detalhado de diferenciação entre indivíduos de uma mesma espécie, possuidores de características comuns. A câmera fotográfica e o artista são privilegiados no que diz respeito à capacidade de representar o mundo à sua volta. Quando um artista produz uma imagem realista, podemos dizer que seu objetivo era se aproximar ao máximo daquilo que foi representado.

Há ainda mais duas categorias levantadas por Dondis que são importantíssimas para o *concept artist* que trabalha para o Cinema de Animação: interpretação e abstração. A primeira categoria garante a unicidade das imagens criadas por um artista específico. A segunda seria representativa da exacerbação de determinadas características e a supressão de outras, consideradas menos importantes pelo artista. Obviamente, nesse caso, temos também a interpretação do artista agindo durante o processo de representação. O filme *Como Treinar seu Dragão*, da Dreamworks Animation, é um exemplo bastante eloquente desse processo de representação daquilo que não existe. Como o próprio título nos informa, o filme trata de dragões, criaturas mitológicas que, até onde sabemos, nunca existiram. Entretanto existe uma numerosa iconografia formada a respeito de dragões e essas criaturas estão mais do que integradas à imaginação coletiva. 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 como modelo clássico de dragão comumente trabalhado na mídia. O caso mais eloquente do processo de representação do irreal a que estamos nos referindo é o desenvolvimento visual do personagem Banguela, um dragão da espécie “fúria da noite” que se torna o melhor amigo de Soluço, protagonista do filme. 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”:

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)

Na árdua tarefa de encontrar uma aparência nova para algo que já está visualmente consolidado os artistas foram além dos répteis – referências naturais para o gênero –, e foram buscar sua inspiração entre os mamíferos. Partiram de um conceito abstrato e desenvolveram uma representação nova para a criatura mítica. Partiram de criaturas existentes para representar o que não existe. Pelo menos no caso da Animação, a questão da representação não parece em princípio estar diretamente ligada ao realismo. Algo pode ser representado em um estilo cartum e ainda assim ser identificado como sendo aquela coisa e não outra qualquer.

A categoria seguinte analisada por Feng Zhu, *pipeline*, diz respeito diretamente ao método de produção e destaca o fato de o ilustrador trabalhar na maioria dos casos sozinho, enquanto o *industrial designer* normalmente está inserido em um esquema de produção que inclui centenas de pessoas. No subcapítulo 3.2, foi apontado que o *concept art* está inserido em um processo coletivo de produção. As equipes de direção de arte das grandes produções da Pixar, por exemplo, contam com mais de 20 profissionais na área de desenvolvimento visual. É neste sistema de linha de produção que está inserido o *concept artist*.

Mass consumer focused é a última categoria com que Feng Zhu trabalha, abordando a questão do tamanho do mercado em que cada área está envolvida. Para Feng Zhu, o *industrial designer* sempre está envolvido em um projeto que tem como objetivo atingir milhões de pessoas, enquanto para o ilustrador isso pode nem sempre ser o caso. Este profissional pode trabalhar para mercados muito menores, como galerias, por exemplo. Como já destacamos antes, o trabalho de um *concept artist* chega a audiências na casa dos milhões de espectadores através dos filmes nos quais ele trabalha. Mesmo esse trabalho sendo de certa forma

invisível, uma vez que está entranhado no processo de produção do filme, não chegando ao grande público de forma espontânea.

Olhando em perspectiva para os comentários de Feng Zhu, consideraremos que, ao fazer uso do termo *industrial design*, ele está se referindo a uma atividade projetual desenvolvida no ambiente da indústria do entretenimento.

A primeira questão que devemos analisar é a nomenclatura. Durante o episódio 53 em nenhum momento ele utiliza o termo *concept art*. É importante relembrarmos os nomes utilizados por algumas instituições de ensino pesquisadas para nomear os cursos especializados na área. No Art Center College de Pasadena o curso é chamado de *Entertainment Design*, no The Art Department é *Entertainment Development*, na Gnomon é *Entertainment Design* e na FZD de Feng Zhu é chamado de *Industrial Design*.

Algo que parece um tanto equivocado é a interpretação de Feng Zhu sobre a questão da reprodução em Ilustração. Um ilustrador é um profissional que trabalha em um projeto. Feng Zhu parece não considerar um fato relevante levantado por Rui de Oliveira: “o conceito de original para o ilustrador está representado no múltiplo, isto é, na reprodução industrial de sua ilustração” (OLIVEIRA, 2008, p.46). O consumidor final não tem acesso à arte do ilustrador, como afirma Feng Zhu, o consumidor final tem acesso a uma cópia do trabalho dentre milhares de outras. Para ser inserida no projeto, essa ilustração sofrerá interferências da tipografia e da diagramação da página, podendo inclusive ser mutilada para atender às necessidades do projeto gráfico, ao qual normalmente o ilustrador está submetido. Obviamente, Feng Zhu está certo em relação ao fato de que o *concept art* nunca é inserido no trabalho, como é o caso da Ilustração. O *concept art* é parte do desenvolvimento, mas não do produto final. O produto final é o filme com os personagens atuando e a história sendo contada. O *concept art* é apenas uma etapa do processo de desenvolvimento visual de personagens, cenários e adereços que serão finalizados em diferentes técnicas, tais como *mate painting*, modelagem, texturização e animação.

Podemos resumir esta questão do acesso à obra da seguinte forma: uma obra tradicional de Artes Plásticas é produzida para ser fruída diretamente pelo espectador, de maneira presencial no museu, na galeria, enfim, onde ela esteja fixada. Uma ilustração é fruída de maneira indireta, pois o espectador tem acesso à obra apenas através de suas cópias, não interagindo o original, como é o caso

das Artes Plásticas. O ilustrador deve pensar o seu trabalho em função desta mediação por parte do veículo no qual a obra se insere. O *concept art*, por sua vez, não interage diretamente com o espectador. O espectador terá acesso ao filme no qual o conceito visual foi inserido, mas não ao *concept art* propriamente dito.

Outra questão importante é o fato de Feng Zhu colocar ilustração e *concept art* como atividades distintas. Ao se referir à área com *industrial design* ele estabelece uma divisão clara para algo que parece tão imbricado no processo. Esse é um ponto problemático, porque, ao mesmo tempo, Feng Zhu se refere a atividades identificadas com *concept art*, tais como *design* de personagens e figurino como sendo atuações típicas de um ilustrador, sem definir se ele considera essas atividades como parte de uma mesma área. A observação dos créditos finais de algumas produções da área de animação não evidenciou qualquer tipo de separação dessa natureza. Mesmo nos filmes mais recentes da Pixar, por exemplo, não foi encontrado qualquer tipo de separação entre *soft surfaces* e *hard surfaces*, que Feng Zhu cita. Mesmo em *Wall-e* – filme que em função da temática tem forte identidade com aquilo a que Feng Zhu chama de *hard surfaces* –, não há qualquer tipo de referência a uma possível separação da equipe entre ilustradores e *industrial designers*. Entretanto, é óbvio que na gestão de qualquer equipe se aloca as tarefas de acordo com os profissionais, tentando extrair o melhor desempenho de cada um.

Um ponto no qual Feng Zhu insiste durante toda a sua explanação no vídeo é o da necessidade de notoriedade do ilustrador. Esta é uma questão que Feng Zhu não parece analisar em profundidade e não fica suficientemente claro o conceito de notoriedade com que ele trabalha. Vale lembrar, como foi comentado anteriormente, que nem todo ilustrador depende de notoriedade a exemplo do segmento de ilustração publicitária, no qual os ilustradores dificilmente são identificados pelo nome. Por outro lado, o próprio Feng Zhu, que se coloca como integrante de um segmento onde o anonimato não faz diferença, nos dias atuais está longe de ser um desconhecido. Sua notoriedade é grande e seus vídeos tutoriais são mais do que conhecidos no meio.

4.2 Animação brasileira: um contexto particular de observação

Ao longo deste trabalho vários conceitos foram investigados com o objetivo de desenhar contornos mais nítidos para o *concept art*. No que tange às questões de mercado, toda a investigação foi feita tendo como base a indústria norte-americana de cinema de animação, que é a referência mundial na área. Entretanto fazia-se necessário investigar a realidade local primeiro para ter um vislumbre de qual seria o status da profissão entre os profissionais brasileiros. Além disso, era importante ter relatos em primeira sobre os processos produtivos da função, uma vez que na pesquisa sobre a indústria norte-americana não houve acesso direto aos profissionais da área.

Obviamente uma investigação de cunho nacional seria inviável, então se optou por entrevistas com profissionais que atuam no Rio de Janeiro. Os entrevistados foram selecionados a partir da experiência no mercado ou do seu conhecimento sobre animação. O perfil tinha que ser variado por duas razões. A primeira pela própria escassez deste profissional na realidade de mercado local e a segunda para que diferentes opiniões fossem coletadas a respeito do tema. Também neste ponto da pesquisa o objeto original – cinema de animação de longa-metragem - teve que ser ampliado, uma vez que mesmo com o aumento no volume de produções nacionais ainda estamos longe do número de filmes produzidos na indústria estadunidense, o que torna mais difícil localizar profissionais que sejam especializados em *concept art* para este tipo de produção. Os profissionais selecionados atuam em áreas diversas como séries para televisão, filmes publicitários e produções autorais. A entrevista foi formulada a partir das questões abordadas ao longo da pesquisa e foi dividida em cinco grandes blocos:

Conceito – este bloco apresentou questões abrangentes sobre o *concept art*;

Processo – qual a metodologia de trabalho em *concept art*;

Autoria/autonomia – qual o grau de autoria do profissional de *concept art*;

Mercado – quais as possibilidades de atuação do *concept artist* no mercado;

Formação – qual a formação dos *concept artists* no Brasil.

Estes eixos contemplam — mesmo que de maneira indireta — questões evidenciadas na pesquisa, tais como materialidade, narrativa, habilidades técnicas dentre outras.

As perguntas foram formuladas e agrupadas nestes eixos conforme suas características. Havia uma primeira pergunta sobre a formação e a experiência profissional do entrevistado que não será considerada aqui por ter a função muito específica de registrar a expertise do entrevistado e promover uma aproximação entre entrevistado e entrevistador. O tempo total das entrevistas foi de aproximadamente uma hora, com pequenas variações para mais ou para menos. Apresentamos a seguir os perfis dos entrevistados:

- Andres Lieban tem formação em Artes Plásticas. Argentino de nascimento veio para o Brasil ainda criança e residiu em Porto Alegre. Naquela cidade, Andres fundou o Laboratório de Desenhos e trabalhou com ilustração e animação para publicidade. Posteriormente, Andres mudou-se para o Rio de Janeiro, onde fundou com Andre Breitman o 2D Lab, estúdio especializado em produção de conteúdo audiovisual. Andres é o criador e diretor da série de animação *Meu Amigãozão*, exibida pelo canal de TV por assinatura Discovery Kids.
- Cesar Coelho abandonou a Engenharia para se tornar ilustrador e cartunista. Sua formação em Animação aconteceu no Núcleo de Animação da Embrafilme entre 1985 e 1987. É sócio da produtora de filmes Campo 4 Desenhos Animados, onde desenvolveu ao lado de Aída Queiroz filmes animados para publicidade, vinhetas e aberturas para programas de televisão e curtas autorais. Cesar Coelho é professor de animação e foi docente na Pós-graduação em Animação da PUC - RJ. É um dos fundadores do Anima Mundi — Festival Internacional de Animação — ao lado de Marcos Magalhães, Aída Queiroz e Lea Zagury.
- Marcos Magalhães é mestre em Design, animador e diretor de animação. Em 1982 seu curta-metragem *Meow* foi agraciado com o Prêmio Especial do Júri no Festival de Cannes e, em 1983, Marcos fez um estágio no National Film Board do Canadá, onde produziu o curta *Animando*. Marcos foi coordenador do Núcleo de Animação da Embrafilme entre 1985 e 1987, projeto responsável pela formação de uma importante geração de animadores brasileiros. Com grande

experiência no ensino de Animação, Marcos é professor na PUC-RJ, instituição onde foi coordenador do curso de Pós-graduação em Animação.

- Paulo Visgueiro é bacharel em Design e trabalhou com *concept art* na série *Juro Que Vi* do Multirio, canal educativo da Prefeitura do Rio de Janeiro. Paulo foi sócio da extinta Seagulls Fly, notória empresa de computação gráfica, que encerrou suas atividades em 2012, após 14 anos de atuação no mercado. Atualmente Paulo é sócio da Koi Factory Creative Studio, empresa que atua na área de Publicidade oferecendo serviços de *concept art*, design, ilustração 3D, *motion graphics*, animação, *character design*, dentre outros.
- Sérgio Glenes é técnico em Artes Gráficas pelo SENAI. Iniciou na área integrando a equipe do Multirio nas séries *Juro Que Vi e Cantiga de Roda*. É ilustrador, animador e diretor de arte para cinema de animação. É autor e diretor do curta de animação *O Despejo* e sócio fundador da Bamba Grupo Criativo.

A função preponderante da entrevista foi confrontar com o campo questões que foram levantadas durante a pesquisa. É importante ter este parâmetro em mente porque os entrevistados forneceram grande quantidade de informação e não haveria tempo para explorar tantos aspectos isoladamente. Então vamos nos concentrar naqueles que confirmam ou não aspectos específicos suscitados pela pergunta, deliberadamente deixando outros de fora. Todos os entrevistados responderam a todas as perguntas, mas analisaremos aqui apenas as respostas que atenderam aos objetivos da pesquisa.

4.2.1 Entrevista

Pergunta 1 - Como você define *concept art*?

A primeira pergunta abriu o bloco *Conceito* pedindo exatamente para que cada um dos entrevistados definisse o *concept art*. Para Andres Lieban o *concept art* é “a forma visual para (...) dar um significado consistente à história” e é necessário porque o audiovisual depende da imagem para ser contada a história.

Cesar Coelho definiu o *concept art* como “desenhos que podem ser na técnica diferentes do que vai ser feito no filme, mas que traduzam a cara que o filme vai ter”. Para ele o estilo do filme é dado pelo *concept art*, que é um dos instrumentos para dar materialidade a um conceito abstrato que está na cabeça do realizador. Esta construção da materialidade a partir do discurso se constitui em uma das principais vertentes dentro deste estudo. O discurso material do cinema de animação é construído. Ao contrário do cinema *live action*, não existe uma realidade capturada a priori, mas um universo imagético construído para que a história seja contada. E esta construção é carregada de símbolos que reforçam a mensagem a ser transmitida. É uma verdadeira linguagem não verbal a serviço da narrativa.

Para Cesar Coelho o *concept art* vai fornecer através de cor, textura, iluminação, dentre outros recursos, a emoção que o filme quer transmitir.

Marcos Magalhães também relaciona o *concept art* com a materialização visual da mensagem que a animação tem que transmitir. Segundo ele, no caso da indústria da animação o *concept art* teria ainda a função de ser um guia para a manutenção da coerência e uniformidade estética do filme.

Além de considerar o *concept art* um dos elementos de transmissão da mensagem do filme, Paulo Visgueiro disse que o *concept art* agrega características e valores que auxiliam na tarefa de contar a história de personagens, objetos ou lugares. Isto reforça a importância do papel do *concept art* na construção da linguagem material do filme de animação. Para Sérgio Glenes o *concept art* é a essência estética do filme.

Pergunta 2 – Em sua opinião, o *concept art* é uma atividade projetual ou intuitiva?

Os entrevistados foram unânimes ao destacarem que as duas condições são verdadeiras. Na opinião de Andres Lieban todo trabalho artístico deve ter um grande espaço para a intuição, mas, no caso de uma produção em larga escala, critérios como cronograma e especialização do trabalho têm que ser levados em conta.

Para Cesar Coelho o processo é mais misturado em uma produção independente em que o autor tem domínio total sobre o processo. Em uma produção industrial, entretanto, uma série de conceitos já vem pronta para o

concept artist, que vai estabelecer desde o princípio um projeto para dar conta da tarefa. Mas Cesar Coelho reiterou que, apesar das variações, dependendo da natureza e da qualidade de processo de cada produção, a tendência é que os dois aspectos sempre estejam juntos.

Para Marcos Magalhães a intuição estaria mais ligada à escolha e à decisão sobre qual estética está mais de acordo com o gosto pessoal do realizador, ou com o que efetivamente vai se comunicar melhor com o público. O projetual estaria, segundo ele, mais ligado a questões pragmáticas, tais como a técnica em que o filme vai ser produzido e o prazo para executá-lo.

Paulo Visgueiro afirmou que, apesar de existir uma linha de processo, a vivência do *concept artist* torna o processo intuitivo. O reconhecimento do perfil social de uma pessoa depende da intuição, segundo ele.

Sérgio Glenes ressaltou que o intuitivo estaria ligado ao processo inicial do trabalho, que seria, segundo ele, um momento dionisíaco onde o *concept artist* se perderia entre referência e possibilidades estéticas, desenvolvendo esboços sem muita restrição. Em seguida ele deve escolher o caminho a seguir e a partir de então ter em mente as questões ligadas à produção, que são da ordem do projetual. Questões ligadas ao tempo de produção e à exequibilidade daquele *concept* em larga escala, por exemplo.

É interessante perceber que os entrevistados de um modo geral associaram o intuitivo à produção artística e o projetual ao Design, o que demonstra que a compreensão do Design como uma área de conhecimento que engloba mais do que pura e simplesmente a metodologia ainda é pequena. Ainda assim, além de perceberem o *concept art* como uma atividade projetual, os entrevistados declaram que é uma atividade que combina intuição, expressividade e planejamento — mesmo que não denominem o todo como Design. Esta questão nos leva à próxima pergunta, que tinha o objetivo de aprofundar o tema da relação não apenas entre *concept art* e design, mas também com a ilustração e as artes plásticas.

Pergunta 3 - Em sua opinião, o *concept art* está mais próximo do Design, da ilustração, das artes plásticas ou é um ramo independente no universo das artes visuais?

Segundo Andres Lieban, o *concept artist* é um ilustrador e em geral não anima. Entretanto, o *concept artist* tem que ter noções de linguagem

cinematográfica, pois o suporte em que este profissional atua é diferente do suporte editorial como o de um livro, por exemplo. Segundo ele, o trabalho do *concept artist* é muito mais mental, porque ele tem que pensar em como trazer “mais significados para a história com aquele design”. Podemos deduzir que todo o trabalho que acontece antes do *concept artist* efetivamente botar a mão na massa e produzir material visual — a interpretação das informações, a pesquisa visual, os *rafes* —, é o trabalho “mental” ao qual se refere Andres Lieban.

Para Marcos Magalhães o *concept artist* faz uso de todas as técnicas e o resultado final do trabalho é o que foi possível fazer para chegar próximo do que foi planejado na etapa de *concept*, pois, segundo ele, o *concept* é “uma meta que nunca é alcançada no processo industrial”.

As posições de Marcos Magalhães e Andres Lieban abrem espaço para refletirmos sobre o próprio papel do *concept art* como um processo de materialização de conceitos que estão presentes na cabeça dos realizadores — diretor, diretor de arte, roteirista —, conceitos que são, em uma boa parte dos casos, expressos primeiramente na forma de texto através do roteiro e que só então passam a serem trabalhados pelo *concept artist*.

O processo de criação de significados a que se refere Andres está diretamente ligado à construção de um discurso material através da visualidade da mesma forma que o discurso produzido pelos cabelos dos hippies na análise de Pasolini. Este discurso material criado pelo *concept artist* terá que ser ajustado às limitações técnicas da produção. É a meta inalcançável a qual se refere Marcos Magalhães. É interessante refletir sobre esta questão em uma direção um pouco diferente daquela proposta por ele. Se o filme pronto é o mais próximo que se pode chegar dos *concepts*, estes mesmos *concepts* também podem ser considerados como o mais próximo que se pode chegar dos conceitos iniciais do filme — textos, pesquisas de referências, discursos —, pois sempre há uma lacuna entre aquilo que é imaginado e aquilo que é efetivamente realizado.

Cesar Coelho afirmou que o *concept art* está entre decisões que são da esfera do design, como as relacionadas ao desenvolvimento de personagens, por exemplo. Ele conclui que talvez o *concept art* seja uma atividade independente exatamente por estar entre o Design e a Ilustração. Ao comentário de Cesar Coelho, cabe acrescentar uma pequena reflexão. Pelo menos no caso da realidade brasileira, é difícil determinar esta região entre o Design e a Ilustração, uma vez

que em muitos casos o ilustrador é egresso dos cursos de Design. A Ilustração tem participação insipiente no cenário do ensino superior — pelo menos no Rio de Janeiro —, e parece pouco provável que este quadro mude em outras regiões, logo, a formação de boa parte dos ilustradores é feita em cursos de Design, não se podendo excluir aqueles egressos dos cursos de Artes plásticas, obviamente. E, uma vez que não existe clareza se a Ilustração é ou não pertencente ao campo do Design, talvez seja prematuro determinarmos que *concept art* também não o seja.

Para Paulo Visgueiro o *concept art* é uma mistura das três áreas – Design, Artes plásticas e Ilustração —, e por isso é uma área independente. Finalmente, Sérgio Glenes não considera *concept art* como Ilustração ou Artes plásticas, mas muito mais próximo do Design. Entretanto, ele também acredita que é uma área independente.

A questão do grau de independência do *concept art* em relação às áreas limítrofes é complexa e está em pleno processo de desenvolvimento. As variações que surgiram para designar a atividade tais como *concept design* e *entertainment design* aumentaram a confusão e, como vimos anteriormente, nos próprios estúdios existe indefinição sobre como designar esta atividade.

Por outro lado, vêm surgindo cursos independentes na área, o que parece indicar um movimento para que o *concept art* se consolide como ramo de conhecimento independente. O alinhamento do *concept art* com a ilustração pura e simplesmente não traz muitos progressos, uma vez que, como vimos anteriormente, as diferenças são muito acentuadas tanto em termos de finalidade como das competências que devem ser adquiridas. Entretanto, o *concept art* poderia ser considerado como um ramo específico do Design, voltado especificamente para indústria do entretenimento, por exemplo, uma vez que certas características são comuns a ambos, tais como perfil projetual, produção em larga escala, especialização do trabalho, etc. Obviamente, para tanto, há a necessidade de uma visão abrangente do Design, em moldes mais contemporâneos.

Pergunta 4 - O *concept art* é sempre narrativo?

Segundo Andres Lienban o *concept art* é ou não narrativo dependendo da função que ele tem na produção. Ele subdivide o *concept art* em *concept* de apresentação e *concept* de produção. Segundo ele, o *concept art* de apresentação

teria a função de sedução, de venda do projeto, enquanto o *concept art* de produção teria a função de expressar a visão do diretor, a expectativa dos investidores e aquilo com que o público vai se identificar. Esta segunda categoria, além de muito extensa, teria para ele pouco a ver com narrativa. Entretanto, conclui afirmando que o conceito básico do *concept* é atender à narrativa.

Cesar Coelho também define duas maneiras diferentes de conceituar o *concept art*, mas suas categorias são diferentes daquelas apresentadas por Lieban. Para ele, o *concept art* pode ser visto como uma breve visão do que vai ser o filme ou — em uma interpretação mais ampla — como uma breve visão do que serão as partes constitutivas do filme, ou seja, personagens, cenários e adereços. Ele particularmente prefere a primeira forma de entender o *concept art* que, na sua concepção, se aproxima mais do inspiracional. Ele afirma que neste caso uma mancha de cores feitas em alguma técnica de pintura pode ser o elemento definidor do que vai ser a escala cromática do filme, por exemplo. Para ele, esta mancha de cores não representa um elemento narrativo. O *concept art* em sua concepção pode ser ou não narrativo dependendo do caso. Aqui remetemos a uma das questões abordadas no subcapítulo *Narrativa e Arte*, onde se definiu a possibilidade de uma imagem ter maior ou menor grau de narratividade.

Entendendo-se uma imagem narrativa como aquela que suscita um antes e um depois, uma imagem em que além das dimensões espaciais esteja contemplada também a dimensão temporal, o projeto de desenvolvimento visual de um filme realmente pode ter imagens que não são narrativas, desde que se defina previamente o escopo do conceito de *concept art* com que se está trabalhando.

Para Marcos Magalhães o *concept art* é sempre narrativo, está sempre a serviço da narrativa, “tentando capturar um momento da narrativa que seja chave”, mesmo quando a imagem seja representação de um adereço, por exemplo.

Paulo Visgueiro também acredita que *concept art* é sempre narrativo e acrescenta que, se a imagem não adiciona sentido, não tem que fazer parte do projeto.

Na visão de Sérgio Glenes, entretanto, o *concept art* não tem que narrar, porque isso é função do roteiro. O suporte da história para ele é o roteiro, e não a imagem, e um *concept* — por mais bem tensionado e elaborado que seja — serve à história, mas não garante a qualidade narrativa do filme.

Pergunta 5 – O *concept art* é sempre figurativo?

Esta foi uma questão consensual. Todos os entrevistados responderam que o *concept art* não é necessariamente figurativo. Dois dos entrevistados – Andres Lieban e Marcos Magalhães – colocaram a questão da natureza do filme, que é muito relevante.

Um filme abstrato precisa de *concept art* tanto quanto um filme figurativo. Marcos Magalhães citou o filme *Begone Dull Care* (1949), que Norman McLaren fez sobre a música homônima de Oscar Peterson. McLaren teria feito uma série de testes para definir o visual do filme e estes testes seriam os *concepts* do filme.



Still do filme *Begone Dull Care* de Norman McLaren.

Cesar Coelho pontuou ainda que mesmo em um filme figurativo o *concept art* pode partir de elementos abstratos e se aproximar da figuração progressivamente. Citou como exemplo o filme *Robôs*, no qual muitos personagens foram construídos visualmente a partir de partes de máquinas como automóveis e eletrodomésticos. A partir da junção destes elementos tomados separadamente, surgiam os personagens.

A visão de Cesar Coelho coincide em parte com a do Sérgio Glenes, para quem o *concept art* não é uma ilustração que representa exatamente um fotograma do filme. O *concept art*, na visão de Sérgio Glenes, é “uma coleção de objetos, uma coleção de figuras, de cores, de moldes, de traços” e das formas que vão conter o que ele classifica como *DNA* estético do filme.

Paulo Visgueiro acrescentou que, quando abstrato, o *concept art* tem que resgatar algum tipo de sentimento ou remeter às memórias.

A questão da representação figurativa no *concept art* se articula diretamente com a questão narrativa. Vimos que a imagem narrativa tem características claras e que a abstração é uma das estratégias encontradas por artistas a partir do século XX para fugir totalmente da estrutura narrativa na imagem.

Entretanto, é interessante pensar que uma mancha de cores pode não ser narrativa em si mesma, mas pode ser utilizada com fins narrativos na estrutura de um filme de animação comercial eminentemente narrativo. Logo, o *concept artist* pode e deve lançar mão de elementos não figurativos que são não narrativos por excelência, ou produzir imagens figurativas. A questão é discernir se realmente toda imagem figurativa desenvolvida pelo *concept artist* é narrativa ou se tem apenas a função de servir à narrativa, como é o caso das imagens abstratas.

O segundo bloco de perguntas trata sobre o processo de produção e obviamente tem ligação direta como as questões abordadas no subcapítulo *Concept Art Como Atividade Projetual*.

Pergunta 6 - Em que etapa da produção está inserido o *concept art*?

Andres Lieban ressaltou que o *concept art* é inserido na pré-produção, mas pode estar até antes, como é o caso do *concept* de venda, por exemplo. Este *concept* que Andres Lieban chama de *concept* de desenvolvimento pode mudar totalmente quando ao longo da pré-produção. No caso de séries, na etapa de desenvolvimento é criado o MDP ou *Master Design Pack*, que o Andres Lieban descreve a seguir:

“É no MDP que se estabelece a cara da série: como serão as árvores, os objetos, que regras serão cumpridas para garantir uma consistência no estilo. Regras estéticas mesmo como proporções. (...) E tudo isso é estabelecido no MDP. É feito um kit com muitas referências de personagens, cenários e *props* – os elementos de cena – que dão essa cara.”

Depois, segundo Andres Lieban, cada episódio da série entra na fase de pré-produção e são produzidos *concepts* de acordo com as necessidades.

Para Cesar Coelho não existe uma regra fixa. Para ele um filme pode ser iniciado a partir de uma imagem e, nesse caso, o concept pode vir antes do roteiro. Entretanto, ele pontuou que normalmente a ordem mais comum é que seja feito antes o roteiro, depois o design de personagem, *storyboard* e, finalmente, o *concept art*.

É importante pensar mais detidamente sobre esta possibilidade de um filme ser gestado a partir de uma imagem ou conjunto de imagens, antes mesmo de ser escrito o roteiro. É como se antes de existir o argumento escrito, fosse produzido um argumento visual do filme. Esta ordem subverte a estrutura de produção clássica em que o argumento é escrito primeiro, depois é feito o roteiro e só então se inicia o trabalho de desenvolvimento visual.

Vale lembrar que Cesar Coelho enfatizou anteriormente o que ele considera como sendo mais significativo na atividade de *concept art*. Muito mais do que simplesmente o design de cenários, personagens e adereços, para ele são as ilustrações que desenvolvem a atmosfera e a emoção das cenas o resultado mais importante da produção de um *concept artist*. Um excelente exemplo desta possibilidade foi notícia recentemente.

Em janeiro de 2013 o site especializado em cinema The Hollywood Reporter publicou um *post* sobre a ideia para um filme que surgiu de uma imagem. Segundo a matéria, Dwayne Johnson – mais conhecido como *The Rock* – teria visto uma ilustração produzida pelo engenheiro de *softwares* Alex Panagopoulos e publicada no site *DeviantArt*⁴³. A imagem que mostra uma criança dormindo tranquilamente enquanto o seu ursinho de pelúcia a defende de uma monstruosa criatura teria impressionado o ator que vai produzir o filme em conjunto com a produtora de cinema New Line.

Este exemplo, mesmo que ainda não concretizado, pois o filme ainda não foi produzido, demonstra que o processo não é rígido e que um filme pode surgir a partir do *concept art*.

⁴³ *DeviantArt* é uma rede social voltada para artistas, tanto aspirantes quanto profissionais. Segundo o site que existe desde agosto de 2000, mais de 27.000 de pessoas estão cadastradas no *DeviantArt* e mais de 160.000 *uploads* são feitos diariamente. As imagens postadas ficam disponíveis para qualquer visitante, mesmo que não seja cadastrado no site.



Ilustração de Alex Panagopoulos, que poderá dar origem a um filme produzido por Dwayne “The Rock” Johnson.

Marcos Magalhães posicionou o *concept art* na pré-produção, após a elaboração do roteiro. Segundo ele, o *concept* pode ser feito após ou paralelamente ao *storyboard*. Marcos Magalhães também pontuou que eventualmente o *concept art* pode estar antes do roteiro, quando um diretor parte de uma imagem para a ideia do filme.

Paulo Visgueiro afirmou que o *concept art* normalmente é iniciado após o roteiro estar finalizado, mas na opinião dele este processo deveria começar antes da conclusão do roteiro. A razão disso é que para ele deveria haver uma troca entre roteirista e *concept artist* desde o início do processo. O início do trabalho do

concept artist para ele, então, não seria a partir do roteiro, mas a partir do argumento. Ele observou que muitas vezes as características do personagem são passadas de maneira pontual – “extrovertido, divertido e sempre pronto a ajudar”, por exemplo —, o que não colabora para o desenvolvimento visual por ser muito vago.

Para Sérgio Glenes, ao contrário do que pensa Paulo Visgueiro, apesar do *concept art* poder começar a partir do argumento, o ideal é que o processo de *concept* tenha início durante a confecção do roteiro e que continue sendo desenvolvido após a conclusão do roteiro. Para ele é possível imaginar coisas a partir do roteiro e o *concept art* pode alimentar o *storyboard*, fornecendo alegorias, objetos e situações que podem inclusive ajudar a criar novas cenas.

Pergunta 7 - Quais as etapas de projeto de um *concept art*?

Para Andres Lieban esta não é uma questão muito clara, porque esta é uma etapa ainda muito desorganizada no Brasil. Segundo ele esta é ainda a parte mais intuitiva do processo, que não é muito regrada para que se possa “ter uma criação mais qualificada”, nas palavras do próprio Andres Lieban. O próprio estabelecimento de prazos para o *concept art* é complicado para Andres Lieban, uma vez que o processo está sujeito a atrasos que podem ter razões variadas, que variam desde a dificuldade em conceituar um ambiente específico até questões pessoais ligadas à predisposição emocional do profissional envolvido no projeto.

Cesar Coelho ressaltou que antes da etapa de *concept art* deve ser executado o *color script* do filme. Para ele é difícil estabelecer uma ordem exata para um projeto de *concept art*. Razão para ele é o fato de que a animação é um processo abstrato, que se dá na mente do realizador antes de se materializar. O *concept art* é um destes instrumentos de materialização, mas durante o processo muito é alterado, intuído e este dinamismo torna difícil o estabelecimento de uma ordem rígida de projeto. Quando o realizador está escrevendo um roteiro, segundo o Cesar Coelho, é quase irresistível que ele faça um *pré-concept* bem básico para visualizar a cena, antes que sejam feitos *concepts* elaboradíssimos, finalizados. Para ele, depois desta fase inicial, vem o *color script* e só então seria iniciada a fase de *concept*.

A partir do momento em que estejam definidas questões tais como textura, reflexão dos objetos, o grau de sujeira, o grau de pelo dos personagens, o próximo

passo seria a definição do *staging*, ou seja, o posicionamento da câmera e dos personagens na cena.

Marcos Magalhães ressaltou que o processo empregado por ele em filmes autorais sempre foi muito intuitivo. Entretanto, na opinião dele, o primeiro passo é optar pela técnica que melhor se adapta ao filme e depois buscar elementos gráficos que tenham afinidade com aquela técnica.

As etapas de projeto são bem definidas para Paulo Visgueiro. Primeiro é entender a história, os personagens, o ambiente, o tempo em que se passa a história, enfim, se inteirar sobre o projeto a fundo. A etapa seguinte seria a de pesquisa de referências, seguida pela etapa de *rafes*. Depois de ter feito muitos *rafes* e ter reunido boa quantidade de material chega-se à fase de seleção do material produzido para ser apresentado ainda no formato de *rafe*, ou ser finalizado antes de ser levado ao cliente.

Para o Sérgio Glenes o processo é livre e depende de cada profissional, do estilo e dos materiais com que ele se sente confortável para trabalhar.

É interessante perceber que, apesar de todos os entrevistados terem concordado que parte do processo do *concept art* é projetual, o estabelecimento de etapas seja algo que apresenta dificuldade. Entretanto, se avaliarmos a própria ampliação no conceito de projeto em design que vem sendo promovido recentemente, levando em conta a subjetividade dos designers e flexibilizando as etapas de projeto, é possível identificar processos que nos possibilitam reconhecer no *concept art* uma atividade projetual e, talvez, até mesmo um segmento do design.

Pergunta 8 - O *workflow* típico do trabalho de *concept art* é individual ou coletivo?

Para Andres Lieban, ambas as situações são válidas. Segundo ele há comunicação e colaboração entre os profissionais, o que caracteriza o trabalho em equipe. Esta integração de conhecimentos auxilia no processo de geração de novas ideias e conceitos, além de facilitar o crescimento dos profissionais envolvidos no processo. Entretanto, a realidade em que Andres Lieban atua é a de produção de séries e, para ele, neste contexto o tempo para o desenvolvimento visual é exíguo. Como o processo de produção possui prazos apertados, é “difícil brigar por um espaço maior para criar”, até porque tem que haver folga no orçamento para

atender às exigências da produção. Para ele o *concept art* deveria ser mais valorizado no processo de produção.

Para Cesar Coelho o *concept art* tem que obrigatoriamente ser coletivo, exceto no caso de um filme autoral. Se o filme é coletivo então o *concept art* também deve ser.

Marcos Magalhães pontuou que o *workflow* depende do estúdio e do projeto. Para Paulo Visgueiro, o processo é coletivo, pois não funciona bem com uma pessoa fazendo tudo sozinha. Para ele, quanto mais pessoas estiverem no processo melhor será o resultado, porque você divide o trabalho para aperfeiçoar o processo de acordo com as competências de cada profissional: “você tem aquele que desenha muito bem máquina, outro que desenha muito bem arquitetura, outro que desenha motor, outro que desenha muito bem figura humana”. Se o trabalho é feito apenas por uma pessoa, pode ser que o resultado final fique aquém do esperado.

Neste particular, a opinião de Paulo Visgueiro coincide com o relato de Feng Zhu, para quem as equipes de desenvolvimento visual devem ter profissionais que sejam especialistas no que ele denomina *soft surfaces* — personagens, paisagens orgânicas, vestuário —, e outros que seriam especializados nas *hard surfaces*, como as máquinas e os objetos técnicos, por exemplo.

Sérgio Glenes relatou que em sua experiência profissional em *concept art* tem sempre trabalhado sozinho, e atribuiu este fato a questões de custo. Segundo ele o *concept artist* é um profissional com custo elevado para a produção, o que justificaria o fato de sempre ter trabalhado sozinho, entretanto, mais adiante Sérgio Glenes destacou que o trabalho do *concept artist* segue com outras pessoas da equipe e, por isso, é um trabalho coletivo. Aliás, é importante complementar que, mesmo quando o *concept artist* trabalha sozinho na tarefa de desenvolvimento visual do filme, as equipes de produção vão se apropriar daquele material para dar prosseguimento ao processo e que essa apropriação vai implicar em adaptações de acordo com a técnica empregada.

Pergunta 9 - Qual o ponto de partida do trabalho de *concept art*?

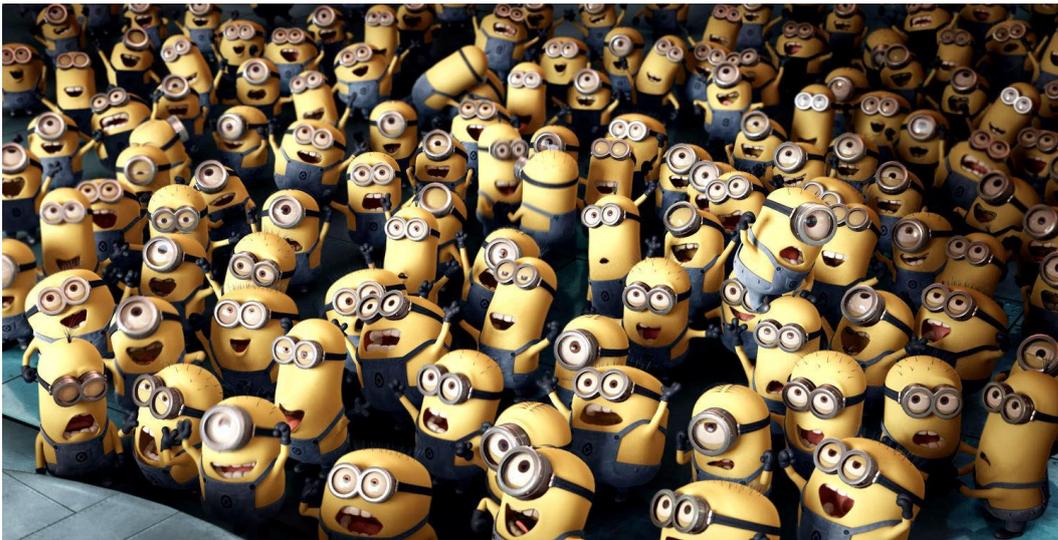
Andres Lieban comparou o método do *concept art* com o do *storyboard*. Segundo ele “o *storyboard* está recontando a história que ele leu através de

imagens” e, para isso, o que o *storyboarder* tem que fazer é ler o roteiro e identificar os pontos chave da narrativa, os *storypoints*. É a partir destes *storypoints* que surgem os alicerces do trabalho de *concept art*, tanto para personagens quanto para ambientes. No caso de personagens, segundo Andres Lieban, é importante fugir de um perfil arquetípico, para que ele não se torne óbvio.

Cesar Coelho destaca que o processo geralmente começa no roteiro, assim como a partir do que o diretor fala para o *concept artist* sobre o estilo que ele pretende utilizar para o filme, sobre a técnica que será empregada, etc. Entretanto, com base em sua própria história pessoal, Cesar Coelho destaca que o processo pode ser invertido, ou seja, o trabalho pode começar do *concept*, de uma imagem específica e, a partir dela, o roteiro ser desenvolvido.

Segundo Marcos Magalhães, o ponto de partida é o argumento. Para ele é como o caso do quadro que inspira um filme, que não necessariamente é um quadro, pode ser apenas uma imagem ou algo que se presencia na rua, como é o caso que vimos anteriormente sobre o ator Dwayne “The Rock” Johnson e a ilustração do ursinho Teddy encontrada em um site na internet. Marcos Magalhães completa ainda que o roteiro vai esmiuçar todo o clima da história e a partir daí o *concept art* vai tentar “vestir” a história, buscando acentuar elementos para torná-los expressivos.

Para Paulo Visgueiro o trabalho do *concept artist* começa no roteiro, que é onde está expressa a demanda do filme. Ele cita, por exemplo, o caso dos Minions, personagens humorísticos do filme *Meu Malvado Favorito*. Para ele este é um caso em que os personagens funcionam no coletivo e não faria sentido criar cada um deles diferente dos outros.



Os *Minions* de “Meu Malvado Favorito”.

Sérgio Glenes destacou sua sensação de desespero ao iniciar um projeto. O desespero em não conseguir alcançar os objetivos propostos, mas um desespero controlado. O primeiro passo é pesquisar muito, ver muitas coisas e fugir do hábito autorreferencial que assola a animação de um modo geral, ou seja, que trabalha com animação só assiste e pesquisa em filmes de animação, o que, na opinião dele, é uma limitação. As referências podem vir de áreas tão variadas como a Música, a Literatura ou as Artes plásticas, por exemplo. Para Sérgio Glenes, ficar limitado à estética da animação ou dos blogs de *concept art* fatalmente vai fazer com que o profissional faça o que outro já fez.

Pergunta 10 - Qual a importância do roteiro para o trabalho do *concept art*?

Neste ponto, retornamos à questão discutida no subcapítulo 2.1, sobre o termo *conceito*. Se um conceito é um símbolo linguístico e o *concept art* é a materialização da visualidade deste símbolo, então roteiro e *concept art* são a materialização prévia daquilo que vai ser o filme quando movimento e sons forem adicionados.

Para Andres Lieban o *concept art* tem que atender à narrativa, então o estilo tem que estar alinhado ao significado do roteiro, para que o espectador veja história e imagem na tela como algo único, integrado.

Segundo Cesar Coelho o que vem primeiro, normalmente, é o roteiro. Para ele *concept art* e trilha sonora têm a mesma função de servir à narrativa

acrescentando dimensões sensoriais que potencializem a história que está sendo contada. Entretanto, Cesar Coelho ressaltou que esta relação entre *concept art* e a história pode não ser tão direta. A função do *concept art* é potencializar momentos da história e atribuir valores importantes que levem ao sucesso comercial do filme, entretanto, um mesmo filme pode ser feito em outra técnica, ter outra solução gráfica e ainda assim continuar sendo tão bom quanto seria se tivesse sido realizado com soluções visuais totalmente diversas.

Segundo Marcos Magalhães o roteiro fornece referências ao *concept artist*. Para ele o *concept art* é “uma ilustração que se desdobra numa narrativa porque tem o fator tempo vinculada a ela. Não chega a ser uma animação, mas ela não é estática. O conceito do *concept* não pode ser estático, deve ser um visual que evolua, que possa ser transformado, acentuado”.

Para Paulo Visgueiro, sem roteiro não haveria *concept art*, mas apenas um desenho ou uma ilustração. Para Sérgio Glenes o *concept artist* deve saber ler o roteiro, buscando as potencialidades de cada cena, sempre tentando tirar proveito também do que não está expressamente escrito. O que o Sérgio Glenes parece estar querendo dizer é que o *concept artist* tem que saber ler as entrelinhas. O *concept artist*, segundo Sérgio Glenes, também é responsável por produzir a matéria-prima que o profissional de layout vai utilizar para projetar e executar os cenários do filme. É o *concept artist* que pesquisa como são os objetos e faz as escolhas de design que darão a aparência àquele universo.

Pergunta 11 – Além do roteiro, o que mais pode ser fornecido para auxiliar o desenvolvimento do trabalho?

Para Andres Lieban o que deve ser fornecido para o *concept arts* são as referências. Referências de cores, de formas, etc. É composto então um mix de informações que vão orientar o *concept artist*, mas mesmo o solicitante pode não ter certeza do resultado daquela mistura de referências. Para Andres Lieban este processo tem que reunir duas linguagens complexas: forma e conteúdo. O conteúdo seria representado por aquilo que o solicitante deseja que seja representado e a forma seria composta pelas características estéticas que seriam atribuídas àquele conteúdo. Andres Lieban pontuou que, apesar de no discurso parecer um processo metódico, na prática tudo acontece “meio misturado”. Ele disse ainda que é importante que um *briefing* detalhado seja fornecido para o

profissional e que este deve sinalizar quando as referências não bastarem para o desenvolvimento do *concept art*.

Cesar Coelho também mencionou a coleta de referências como um dos primeiros trabalhos gráficos que se faz na produção de um filme. Muitos elementos, tais como música, filmes, pinturas, fotos, pedaços de tecido etc., podem ser utilizados para que o *concept artist* penetre naquilo que está na mente do diretor.

Esta pergunta não foi feita a Marcos Magalhães, mas Paulo Visgueiro também citou as referências visuais como ferramentas fundamentais para encontrar aquilo que o cliente deseja. Entretanto, ele pontuou que na área de publicidade onde atua as referências fotográficas não têm o peso que deveriam ter em função de o processo ser descartável, rápido e muito comercial.

Para Sérgio Glenes o processo pode variar muito e depende do tipo de produção, variando desde uma situação na qual já exista uma direção artística pré-definida até uma em que todo o processo seja desenvolvido baseado no trabalho de um ilustrador específico, por exemplo. Para ele o trabalho de *concept artist* está dentro da equipe de Direção de Arte, logo, é provável que existirá um diretor de arte que vá passar o *briefing* do trabalho para o *concept artist*.

Pergunta 12 - Quais técnicas um *concept artist* deve dominar? Desenho de figura humana, perspectiva, cores, materiais diversos, softwares gráficos 2D, softwares gráficos 3D ou animação?

Para Andres Lieban todas as habilidades listadas são importantes, exceto animação. Quanto maior a bagagem maior é a utilidade do profissional dentro das produções e mais requisitado ele será, disse Andres Lieban. Para ele este é um profissional que deve ser multitarefa e, para alcançar este patamar, a pessoa tem que encarar seus pontos fracos e aprimorá-los.

Cesar Coelho apontou que os softwares gráficos 3D não são necessários para um *concept artist*, apesar de ser interessante entender o processo de modelagem. Da mesma forma, animação não é algo fundamental para o *concept artist*, tampouco os softwares gráficos de animação 2D, mas é bom ter o conhecimento. Ele citou ainda como importante o domínio das linguagens das histórias em quadrinhos e do cinema. Conhecimento sobre como usar a câmera e a iluminação para contar uma história, como dirigir o olhar, como utilizar o claro e

o escuro são técnicas que podem ser aprendidas a partir da observação de filmes e quadrinhos. Indispensável para o trabalho do *concept artist*, segundo Cesar Coelho, é a utilização dos programas gráficos de ilustração e pintura tais como Corel Painter e Adobe Photoshop e de equipamentos como os tablets da Wacom.

Marcos Magalhães falou que o *concept artist* tem que ter uma visão forte de alguns dos elementos citados e talvez de outros que nada têm a ver com estes. Para ele a expressividade da comunicação visual é o importante. Entretanto, na indústria, obviamente, por questões de produtividade, é importante que o profissional domine o máximo desses elementos.

Para Paulo Visgueiro o *concept artist* não precisa obrigatoriamente dominar animação 2D e softwares 3D. É fundamental o domínio de desenho e pintura, composição, iluminação e cor. Para Sérgio Glenes todas as técnicas são válidas e quanto mais recursos o profissional tiver para dar conta das demandas do processo melhor. Entretanto, apesar de valorizar a qualidade do desenho, Sérgio Glenes entende que um Diretor de Arte não precisa necessariamente ser um exímio desenhista para ter um bom resultado, alcançando seus objetivos através de um senso estético apurado. Segundo ele, a diferença é que este profissional estará sempre em um plano mais conceitual enquanto um profissional que tenha as duas habilidades torna-se mais independente.

Pergunta – 13 - Em sua opinião, o trabalho do *concept artist* é totalmente autoral ou é um trabalho de autoria compartilhada?

Para Andres Lieban não há certo ou errado nessa questão. Em um filme autoral em que o profissional esteja trabalhando sozinho, obviamente teremos um trabalho autoral, mas na estrutura de indústria pode haver as duas coisas. Segundo ele a produção pode ser inteiramente baseada no estilo de um ilustrador específico e, em um caso como este, os outros *concept artists* terão que seguir o estilo definido por aquele ilustrador, que é a principal referência do trabalho porque é ele quem vai definir o conceito principal. Entretanto, completa, mesmo em um projeto que tenha uma estética mestra desde o início do trabalho o resultado final pode se tornar uma mistura que não fique com a identidade específica de nenhum dos membros da equipe de *concept*. Neste ponto, a autoria torna-se coletiva. Isso, para ele, não torna o trabalho diluído, mas tende um pouco à pasteurização.

Entretanto, é inviável partir do princípio de que tudo no projeto pode partir do zero em termos de processo criativo. Para Andres Lieban, em um caso como este os envolvidos no projeto seriam esgotados rapidamente, pois o exercício de criação da linha estética de um filme é por demais cansativo.

Cesar Coelho afirmou que o trabalho do *concept artist* é de autoria compartilhada, uma vez que é muito difícil alguém fazer sozinho todo o trabalho de *concept* que é exigido em uma série ou em um filme de longa-metragem. O Diretor de Arte pode reunir diferentes referências estéticas e construir um universo visual a partir deste material variado. Entretanto, tal como já havia ressaltado Andres Lieban, o contrário também é verdadeiro, segundo Cesar Coelho.

O filme pode ser concebido a partir do trabalho de um artista específico e, neste caso, teríamos uma fonte de referência autoral e uma estrutura de trabalho coletiva, segundo Cesar Coelho. Na visão do Marcos Magalhães a questão da autorialidade também depende do caso e, por isso, as duas situações são reais. É relevante quando ele fala que a necessidade do diretor esbarra nas limitações do próprio *concept artist*, o que pode levar à contratação de outros profissionais capazes de atender àquela demanda específica.

Para Paulo Visgueiro *concept art* dentro da indústria é inequivocamente um trabalho de autoria compartilhada.

Para Sérgio Glenes a autoria é uma questão de negociação do profissional com o próprio trabalho, um esforço no sentido de sempre incutir algo de pessoal mesmo em um trabalho em que o espaço para a autoria seja restrito. Além disso, é importante, segundo ele, o esforço no sentido de mostrar aquilo que é realmente pessoal, para que possa ser conhecido e desejado em algum contexto.

Pergunta 14 - Em uma escala de 1 a 5, qual seria o nível de autonomia de um *concept artist* em uma produção?

Para o Andres Lieban, mesmo que esta escolha seja subjetiva é importante que a equipe esteja ciente de que o diretor de arte ou o supervisor não está naquela posição necessariamente por ser um técnico melhor, mas porque é a pessoa que vai definir o caminho a seguir. Cabe à equipe ter consciência de que deve lidar com o não tão bem quanto lida com o sim.

Para Cesar Coelho a autonomia do *concept artist* é alta — em torno de quatro na escala —, porque está na base da criação do filme. Conforme a produção avança, o espaço para criação torna-se menor.

Marcos Magalhães entende que se o *concept artist* for o diretor do filme seu grau de autonomia é máximo. Em caso contrário, segundo ele, a decisão é do diretor. O *concept artist* está a serviço do diretor. Entretanto, Marcos afirmou que o consenso faz parte do processo de produção na indústria: “O filme precisa ter consenso para sobreviver. Você tem que comunicar a uma parcela que pelo menos pague o custo do filme”.

Para o Paulo Visgueiro a autonomia do *concept artist* tem que ser total no momento da criação, pois se o processo criativo for podado desde o início a tendência é a estagnação. Ele comparou este processo ao *brainstorming*, onde não pode haver constrangimento quanto ao que está sendo sugerido, pois a mais tola das ideias pode dar origem à solução do problema.

Ao final, segundo Paulo Visgueiro, o *concept artist* deve reportar-se ao diretor para que este defina o que fica e o que deve ser descartado. Sérgio Glens afirmou que, de acordo com sua experiência pessoal, é sempre possível encontrar um espaço para a criação. Segundo ele, mesmo quando o projeto já tem uma base estética definida existem áreas inexploradas onde é possível que a sua colaboração seja mais intensa.

Para Andres Lieban existe espaço para a contribuição por parte do *concept artist*, entretanto é preciso estar claro para a equipe que há uma hierarquia. Existe uma liderança investida de poder para aprovar ou não uma proposta.

Pergunta 15 - Em sua opinião, o *concept artist* deve ter um estilo próprio?

Andres Lieban afirmou que a questão do estilo pessoal é importante no plano individual, naquilo que o profissional espera da própria carreira. Há espaço para ambos e depende do objetivo de cada um. Aqueles que desenvolvem um estilo pessoal marcante e o fazem por toda a carreira normalmente defendem que sem estilo pessoal o profissional não se torna conhecido. Entretanto, pode ser que haja um profissional para quem o importante é que cada trabalho tenha sua própria personalidade. Segundo Andres Lieban, não deve haver uma regra para isso.

Para Cesar Coelho é preferível que o *concept artist* tenha um estilo pessoal, uma vez que cada trabalho deveria ter um *concept* original que seja a sua expressão em termos de design. Entretanto, esta não é a realidade, pois, segundo ele, hoje há uma pasteurização provocada pelo uso do software de animação 2D ToomBoom. Cabe aqui um breve destaque para este novo dado trazido por Cesar Coelho.

Além da questão de a autoria no *concept art* para longas-metragens de animação poder ser discutida a partir da tensão entre o coletivo e o individual na linha de produção, também pode ser discutida a partir da pasteurização, ou seja, qual nível de autoria existe neste processo a partir do momento em que o profissional copia e reproduz um modelo que pode ser determinado por um modismo estético ou pelas características de produção atreladas a um determinado *software*, como citou Cesar Coelho.

Para Marcos Magalhães não é imperativo que o *concept artist* tenha estilo forte. Um profissional com um estilo marcante pode funcionar muito bem se estiver afinado com o estilo do filme e com as ideias do diretor. Assim como um profissional que tenha facilidade em emular diferentes estilos também pode funcionar.

Para Paulo Visgueiro, o estilo pessoal não é obrigatório, mas é algo natural. O profissional, segundo ele, procura a forma mais eficiente para trabalhar e é natural que alguns se sintam mais seguros com o estilo cartoon, outros com o realismo e assim por diante. Uma particularidade da cena local é que muitas vezes um profissional é solicitado a emular o estilo de outro, o que, segundo Paulo Visgueiro, não é o procedimento usual no mercado internacional. Para ele o correto seria contratar o profissional com o estilo que se ajusta ao projeto. Sérgio Glenes é a favor do estilo, pois acredita que isto é o que faz com que um profissional se torne referência.

Pergunta 16 - Quais são as exigências do mercado em relação às qualificações técnicas de um *concept artist*?

Para Andres Lieban em primeiro lugar vem o portfólio, que vale mais do que a formação. Outro fator determinante é a natureza do projeto. O perfil do profissional tem que encaixar no projeto.

Para Cesar Coelho é imprescindível ao *concept artist* dominar o desenho, cor, iluminação, etc. Sem estas habilidades não é possível ser um profissional de *concept art*, segundo Cesar Coelho. Ele acrescentou que a personalidade exploradora, a inquietude na busca de novos estilos, é fundamental para que o profissional seja capaz de apontar novos caminhos.

Uma vez que seu trabalho é autoral, Marcos Magalhães preferiu não opinar, por não estar dentro da indústria.

Paulo Visgueiro destacou questões decisivas, como narrativa, iluminação e domínio de cores. Menos importantes seriam a finalização e o domínio de softwares gráficos. Segundo ele, se o profissional pode utilizar um material pouco nobre como o giz de cera, mas dominar os fundamentos.

Sérgio Glenes acredita que o que buscam nele é a experiência, em função de já ter trabalhado em algumas produções como *concept artist*, mas alerta para o fato de que o mercado ainda é muito limitado no Brasil.

A questão das habilidades técnicas de representação figurativa é fundamental neste ponto quando Cesar Coelho destaca a questão do domínio do desenho. Conforme vimos anteriormente, a representação figurativa perdeu importância no universo das Artes plásticas a partir do século XX. Também aconteceu o mesmo com a imagem narrativa que foi sendo deixada de lado pelas Artes plásticas ainda no século XIX. Esta busca por uma pintura pura, que não sofresse influência da literatura e que não fosse mimética, levou a Arte em direção à abstração. As técnicas de representação desenvolvidas por séculos, entretanto, não se perderam e, como vimos anteriormente, foi na ilustração que permaneceram absolutamente vivas. Para o *concept art* estas técnicas são vitais em função da natureza do trabalho.

Pergunta 17 - Quais são as principais áreas de atuação (séries, filmes publicitários, longas) e as mídias (cinema, televisão, internet) mais frequentes em que os profissionais da área atuam?

Para Andres Lieban a indústria de games está mais evoluída na utilização de *concept artists* do que a indústria de animação local, tanto em filmes de longa-metragem quanto em séries. Além da indústria de games, ele destacou a Publicidade como uma área em crescimento para o *concept art*.

Para Cesar Coelho a área de games tem sido importantíssima na disseminação do conceito de *concept art*. Séries e filmes de longa-metragem também dependem de *concept art*, mas segundo ele esta mão de obra ainda não é tão utilizada quanto deveria. Além disso, a publicidade também tem aumentado o espaço para o *concept art* tanto para ajudar a vender a ideia, como para aprovação de etapas do trabalho.

Marcos Magalhães citou os segmentos escola de samba, teatro, museu, produções e instalações, completando que qualquer área que envolve narrativa necessita de conceito visual.

Para Paulo Visgueiro a pulverização das verbas de publicidade aumentou o volume de investimentos em campanhas para internet e para a produção de vídeos virais, por exemplo. Além disso, segundo ele, o mercado de aplicativos para dispositivos móveis está aquecido, principalmente o de produção de jogos. São áreas que requisitam o trabalho do *concept artist*. A experiência de Sérgio Glenes, segundo ele relatou, é toda voltada para o cinema de animação.

Pergunta 18 - No Brasil faltam profissionais? Por quê?

Para Andres Lieban faltam profissionais qualificados. Segundo ele, por um lado falta uma formação que proporcione conhecimentos que são indispensáveis para o *concept artist* — tais como o caráter reflexivo, conhecimento estético, entendimento de significado, teoria de cor, expressão de emoção —, e por outro lado falta mercado, uma vez que não existe emprego formal para esta atividade. Para Andres Lieban existem bons ilustradores, que, entretanto, não estão totalmente qualificados para a atividade de *concept art*.

Para Cesar Coelho há escassez de profissionais de *concept art* para animação no Brasil e ele completa que não basta ser um bom ilustrador, pois é necessário ser um profissional com conhecimentos de cinema, animação, ângulos de câmera e outros ligados às questões da narrativa audiovisual.

Marcos Magalhães também ressaltou que praticamente não existem profissionais com experiência prévia em *concept art* para cinema de animação, entretanto há excelentes ilustradores, artistas plásticos e animadores. Para ele, caso a tendência de aumento no volume de produção se confirme, este material humano pode ser trabalhado. Marcos Magalhães – diferentemente de seus colegas — relatou que já houve falta de profissionais, mas que hoje existe oferta de mão

de obra na área de *concept art*.. Segundo ele, existem excelentes profissionais e a maioria deles aprendeu sozinho, pela internet. Entretanto, ele afirmou que não existe demanda para este tipo de profissional.

Ao contrário dos animadores que são contratados para trabalhar nos estúdios internacionais, Paulo Visgueiro não percebe a mesma tendência em relação aos *concept artists*.

Para Sérgio Glenes faltam, pois é muito difícil conseguir profissionais que tenham experiência específica em *concept art* para animação. Citando sua experiência pessoal como Diretor de Arte para séries, Sérgio Glenes disse que na maioria das vezes a formação daqueles que selecionava era nas áreas de Design e Artes plásticas e, como não existe uma formação específica, estes profissionais eram treinados durante a própria produção. Um ilustrador, por exemplo, segundo Sérgio Glenes, não tem o olhar treinado na linguagem da animação em relação a movimentos de câmera, cortes e formato de tela.

O relato de Paulo Visgueiro se alinha ao que foi exposto no subcapítulo sobre difusão de informação em *concept art*. Um grande volume de conhecimento está sendo divulgado pela internet. Entretanto, uma questão importante é se este tipo de formação fornece questões de caráter teórico como as que foram citadas por Andres Lieban. Em princípio não é o que foi apurado pela pesquisa nos principais sites de difusão de informação, onde a maioria das informações se concentra na transmissão de técnicas de produção.

Pergunta 19 - Qual a formação típica dos *concept artists* no Brasil?

Andres Lieban explicou que em seu estúdio não há uma equipe fixa de *concept art*. Ele trabalha aproveitando elementos na equipe que possam atuar como *concept artists* e que posteriormente sejam aproveitados como animadores. Andres Lieban afirmou que este quadro é motivado pelo fluxo irregular de projetos e as consequências desta imaturidade do mercado são a falta de percepção de carreira e carência de formação de mão de obra.

De acordo com Cesar Coelho, 90% dos profissionais que atuam em *concept art* são ilustradores que começam a trabalhar com pintura e depois passam a fazer *concept*.

Marcos Magalhães disse não conhecer nenhum caso em que alguém tenha estudado Artes plásticas, Cinema ou Animação com o objetivo de se tornar

concept artist. Mas completou que bons profissionais estão sendo aproveitados na área.

Paulo Visgueiro disse que prioritariamente os *concept artists* são egressos dos cursos de Design e Artes plásticas. Para Sérgio Glenes os *concept artists* são oriundos do Design gráfico, da Ilustração e das Artes plásticas. Além disso, os próprios animadores atuam como *concept artists*. Para ele, o entendimento do que é viável em uma produção é muito importante para o profissional de *concept art*.

Pergunta 20 - Qual seria, em sua opinião, a melhor formação para o *concept artist*?

Para Andres Lieban a formação deveria ser Belas Artes. Entretanto, para ele – que é formado em Belas Artes – o modelo dos cursos nesta área no Brasil não prepara o suficiente um profissional para atuar como *concept artist*. Segundo ele, os modelos dos EUA e França seriam menos focados na subjetividade e mais calcados sobre a qualidade final do trabalho.

Para Cesar Coelho a formação básica para um *concept artist* contemplaria habilidades de desenho a lápis, modelo vivo, pintura em várias técnicas – exceto óleo —, linguagem de cinema e quadrinhos e finalmente técnicas de pintura digital.

Para Marcos Magalhães seria importante uma formação conjugada entre Artes plásticas e Narrativa audiovisual.

Paulo Visgueiro levantou a questão da carência no currículo de Artes nas escolas. Para ele não existe indústria de animação no Brasil, o que compromete a formação de instrutores para ministrar aulas em cursos técnicos ou de nível superior. Para Paulo Visgueiro os cursos que estão presentes no mercado não apresentam produção de qualidade.

Para Sérgio Glenes o profissional de *concept art* deveria ser um profissional de nível superior. E segundo ele a formação desse profissional deveria estar assentada em Cinema e Artes visuais.

Não foi percebida nos relatos dos entrevistados qualquer separação entre ilustradores e *industrial designers* nos moldes relatados por Feng Zhu no subcapítulo 4.1, dedicado à análise do seu vídeo sobre características do *Entertainment Design*. Na pergunta de número quinze Paulo Visgueiro lembrava que o desenvolvimento de um estilo está atrelado à busca pelo incremento de

produtividade, o que faz com que cada um se especialize em um tipo de estética ou se destaque na representação de determinados materiais. Mas nenhum dos entrevistados citou em qualquer das perguntas sobre formação a necessidade de uma divisão rígida que possa definir previamente qual profissional vai trabalhar com *soft surfaces* ou *hard surfaces*, conforme a nomenclatura utilizada por Feng Zhu. Uma habilidade frequentemente requisitada pelos entrevistados e que não é citada por Feng Zhu é o domínio da linguagem do cinema pelo *concept artist*.

Pergunta 21 - Em sua opinião, o produto final do trabalho de um *concept artist* é a imagem produzida por ele, ou o filme?

Essa pergunta foi deslocada para o final da entrevista por representar um fechamento de quase todos os temas abordados. Andres Lieban considerou como resultado final do trabalho de um *concept artist* o filme. Segundo ele o filme é o produto de muitas mãos e cada um agregou valores para que o resultado final fosse aquele.

Cesar Coelho também afirmou que o resultado final é o filme. Entretanto, enfatizou que o que todos os envolvidos devem buscar é a compreensão da história pelo espectador.

Também para o Marcos Magalhães o filme é o resultado final e as imagens produzidas pelo *concept artist* são um subproduto do trabalho. Marcos Magalhães também confirmou que o filme é o resultado final do trabalho em *concept art* e salientou que as ilustrações são o material bruto.

Para Sérgio Glenes é material final o que está na tela. Segundo ele, o que está nos livros de Arte dos filmes é o processo de produção e aquelas imagens podem até ter valor fora do contexto da produção, mas o êxito do trabalho de todos os envolvidos é o filme. Para Sérgio Glenes uma questão importante para o *concept artist* é a compreensão de que o trabalho dele vai seguir com o de outras pessoas da equipe, logo, é um trabalho coletivo.

Neste ponto, todos concordam com a visão de Feng Zhu sobre o produto final do trabalho do *concept artist*. Mesmo que com um enfoque um pouco diverso — uma vez que Zhu estabelecia uma comparação com a atividade do ilustrador —, é consenso entre os profissionais de animação que o filme é o resultado final dos esforços reunidos de todos os envolvidos na produção. O trabalho de *concept art* é uma etapa do processo assim como roteiro, animação e

trilha sonora. A comparação com o roteiro talvez seja fortuita. O roteiro de um filme é importantíssimo. Tanto roteiro quanto *storyboard* são ferramentas utilizadas para estruturar e desenvolver a história, que, como assinalou Cesar Coelho, deve ser a principal preocupação de toda a equipe criativa da produção.

Entretanto, o roteiro não é uma peça com valor em si mesmo. Sua função só se completa no filme pronto. Assim, é como o trabalho de *concept art*. Por mais belo e bem acabado que seja, sua verdadeira função é ser uma ferramenta para a concretização do filme.

Ao final, pudemos identificar algumas configurações na organização trabalho do *concept artist*. Tomando-se como base apenas a fala de Feng Zhu, parece haver uma divisão muito clara nas designações de função no cenário norte-americano de *concept art*. Aqueles com formação voltada para a ilustração seriam mais bem capacitados para o desenvolvimento de figurino, personagens e tudo aquilo que Feng Zhu chama de *soft surfaces*.

No lado oposto estariam os *industrial designers*, que seriam responsáveis pelas *hard surfaces*, ou seja, máquinas e objetos técnicos produzidos pelo homem. Ainda segundo Feng Zhu a autoria não é algo relevante para o *industrial designer* que trabalha para a indústria do entretenimento. No cenário nacional vimos que a visão sobre autoria é variável, mas, de uma maneira geral, os entrevistados concordaram que em *concept art* a autoria do trabalho é compartilhada, exceto nos casos em que o próprio *concept artist* é o diretor do filme.

O espaço para o exercício da criatividade existe, ainda que o *concept artist* esteja sujeito às críticas da equipe — particularmente às interferências do diretor — e ao estilo geral do filme. As experiências relatadas demonstram que o trabalho é eminentemente coletivo, entretanto, um dos entrevistados ressaltou que sua própria experiência na função tem sido eminentemente individual. As possibilidades de configuração são várias, mas o que é mais importante é o reconhecimento por todos os entrevistados de que a função é essencial, mesmo não tendo o espaço que deveria.