

## 6 Conclusão

Relembremos que a nossa hipótese compreende que o cenário é um suporte do processo comunicação, cujo processo é otimizado uma vez que as definições sobre o fenômeno design expõem o cenário e os objetos cenográficos nele contidos através da prática da produção de trocas simbólicas.

Utilizar um objeto com o objetivo de transcender a sua realidade física é um desafio, pois a intenção simbólica pode parecer vaga e de difícil entendimento para o espectador, afinal nem sempre o designer consegue transmitir aquilo que foi requisitado no *briefing* e, no caso do cinema, aquilo que estava sendo solicitado no roteiro. Assim sendo, foi possível comprovar que o estabelecimento de comunicação é eventual entre o roteiro original do autor, ou aquilo que ele desejou comunicar, e o espectador.

Relatamos ao longo da pesquisa que um objeto cenográfico adequado e coerente com a abordagem do filme é o propósito do trabalho do designer de produção, o qual deve objetivar a construção de uma imagem que faça o espectador acreditar na genuinidade daquilo que vê e aceitar o universo ficcional apresentado. Os códigos sociais estão em parte contidos objetivamente nos objetos cenográficos. Reunidas estas circunstâncias, podemos depreender que tais códigos não são produzidos apenas pelos designers, mas compartilhados com os mesmos grupos sociais que formam o público dos filmes e com os agentes de legitimação ou consagração, possibilitando a percepção com mais clareza do que eles significam ou do que ensinam significar.

Sob esta perspectiva, os objetos cenográficos traduzem como os seres humanos se relacionam quando exercem suas práticas sociais e o cenário é estabelecido como um suporte que eventualmente produz ou colabora para a construção do sentido de um filme. Assim, podemos concluir que são três os agentes que configuram a recepção ou o entendimento de um filme: I) os designers de produção, isto é, os agentes da produção, II) os agentes de recepção ou o público e, finalmente, III) os agentes de legitimação ou consagração.

Compreendemos que, na verdade, embora a elaboração das imagens se dê em comum acordo com o chamado “tripé” formado pelos diretor geral, diretor de fotografia e designer de produção, é preciso lembrar que o conceito – o universo

simbólico – precede a construção da imagem, tanto para quem produz o filme, como para quem o assiste. Ou seja, o problema é que o sentido de uma imagem não é unilateral (dos produtores das imagens para o público) e produzido tecnicamente apenas pela diretor geral, diretor de fotografia e designer de produção, tal como muitos acreditam. Em verdade, depois de lerem o roteiro, eles decidem quais objetos podem figurar no filme. Outras vezes, quando esses objetos ainda não existem, tal como em um filme de ficção científica como *2001: Uma odisséia no espaço*<sup>1</sup>, por exemplo, pensam ou imaginam como eles devem figurar, mas sempre a partir de um conjunto de objetos que já existem ou que poderiam existir. Caso esses objetos sejam totalmente desconhecidos do público, caso não possuam nenhuma referência, jamais serão percebidos, não poderiam comunicar nada, pois tratar-se-iam de objetos inexistentes, sem conexões com o universo simbólico dos observadores. Portanto, é preciso compreender que a criação desses objetos nunca parte do zero, mas trata-se de uma escolha de objetos já existentes e que produzem ou produziram tais e novos significados.

Prolongando as noções de Bourdieu, entendemos, humildemente, que o design está expresso nos objetos projetados pelos designers, mas o que produz tal processo está inculcado através do *habitus* do contexto social no qual tais designers encontram-se inseridos e o mesmo acontece com os designers de produção e os objetos cenográficos. O processo do design está no contexto social onde ele aparece. Dessa forma, parece-nos ser um desacerto acreditar que o valor simbólico está no objeto. Estaria então na subjetividade de cada espectador individualmente? Concluímos que os significados estão nas estruturas sociais e são reproduzidos pelos agentes sociais nelas inseridos.

Verificamos também que outro grupo dos agentes que colabora na produção de um sentido para o filme são os agentes de legitimação ou consagração, isto é, nós mesmos. São as pessoas que estudam e se dedicam à compreensão disso que é o cinema, os críticos, professores e demais agentes que se encarregam de produzir isso que entendemos como sentido de um filme, pois caso não existisse essa noção – o sentido –, não seria necessária a participação dos agentes de legitimação e de todo o aparato que é empregado antes que o filme esteja nas salas de exibição, tais como as críticas escritas nos jornais, os programas de televisão

---

<sup>1</sup> *2001: Uma odisséia no espaço*. Título original: *2001: A space odyssey*. EUA / Reino Unido, 1968. Cor. 142 min. Direção: Stanley Kubrick.

entrevistando atores e atrizes, anúncios publicitários e etc. Buscamos nas nossas próprias legitimações o que é compreendido como algo que é bom. No mesmo ciclo vicioso, muitas vezes queremos explicações àquilo que não entendemos escancaradamente.

Finalmente, ratificamos que não há um significado restrito ou alguma explicação óbvia para o rinoceronte de *E la nave va*. Fellini relatou certa vez em uma entrevista<sup>2</sup> que desejava fixar cartazes em cinemas alertando os espectadores com o texto “Não há nada mais do que o que você vai ver” ou algo como “Não faça qualquer esforço para ver o que está por trás ou você corre o risco de não ser capaz de ver o que está na sua frente”. Fellini (1996, p. 182-185) completou:

[...] O filme é sobre uma viagem de navio para espalhar as cinzas de uma famosa cantora dos anos vinte. [...] Um símbolo é algo que você não pode explicar uma vez que vai além da razão, pois ele contém elementos irracionais ou míticos. Por que sou obrigado a explicar isso? Em qualquer caso, o rinoceronte no navio – no caso de ter um significado – tem exatamente o sentido oposto. O [...] rinoceronte em *E la nave va* pode ser interpretado da seguinte forma: a única tentativa que podemos fazer para evitar um desastre pode ser a recuperação do inconsciente, nossa dimensão profunda e saudável. É neste sentido que poderia explicar a frase "sendo alimentado pelo leite do rinoceronte". Mas é sempre uma explicação estranha. [...] Fantasia, se autêntica, engloba tudo e não precisa de explicações.

---

<sup>2</sup> *Raccontando di me*, entrevista para Costanzo Costantini, Editori Riuniti, Rome, 1996, p. 182-185