

Laira Nóbrega de Ávila

**DESIGNER DE PRODUÇÃO:
Um Estudo Sobre Como Desenvolver As
Habilidades Necessárias Deste Profissional Na
Área De *Stop-motion***

**Universidade Federal de Minas Gerais
Escola de Belas Artes
Belo Horizonte
2014**

Laira Nóbrega de Ávila

**DESIGNER DE PRODUÇÃO:
Um Estudo Sobre Como Desenvolver As Habilidades
Necessárias Deste Profissional Na Área De *Stop-
motion***

Monografia apresentada ao Departamento de Fotografia, Teatro e Cinema da Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Cinema De Animação e Artes Digitais

Área de concentração: Arte e Tecnologia da Imagem

Orientador: Prof. Arttur Ricardo de Araújo Espindula

**Universidade Federal de Minas Gerais
Escola de Belas Artes
Belo Horizonte
2014**

Ávila, Laira, 1989 – DESIGNER DE PRODUÇÃO: Um Estudo Sobre Como Desenvolver As Habilidades Necessárias Deste Profissional Na Área De *Stop-motion*: Graduação em Cinema de Animação e Artes Digitais/ Laira Ávila – 2014.
72 f.

Orientador(a): Arttur Ricardo de Araújo Espindula

Monografia apresentada ao Departamento de Fotografia, Teatro e Cinema da Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Cinema de Animação e Artes Digitais.

I. Cinema de Animação e Artes Digitais. Ávila, Laira; Arttur Ricardo de Araújo Espindula. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Escola de Belas Artes.



Universidade Federal de Minas Gerais
Escola de Belas Artes
Curso de Cinema de Animação e Artes Digitais

Monografia intitulada “*DESIGNER DE PRODUÇÃO: Um Estudo Sobre Como Desenvolver As Habilidades Necessárias Deste Profissional Na Área De Stop-motion*”, de autoria de Laira Nóbrega de Ávila, aprovada pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

Prof. Arttur Ricardo de Araújo Espindula – EBA/UFMG – Orientador

Prof. Eduardo do Santos Andrade – EBA/UFMG

Prof. Luis Coelho – EBA/UFMG
Coordenador do Curso Cinema de Animação e Artes Digitais

Belo Horizonte, 3 de Junho de 2014

RESUMO

Este trabalho procura guiar aqueles que possuem interesse em atuar na área de Design de Produção. Tem como objetivo esclarecer a função deste profissional, evidenciando suas habilidades e mostrando meios de desenvolvê-las. O estudo primeiramente aborda o Design de Produção em obras de *live-action*, fornecendo informações úteis sobre planejamento, concepção, criação e produção e finaliza demonstrando como a utilização da metodologia do Design de Produção em projetos de *stop-motion* traz benefícios para o desenvolvimento da obra.

Palavras Chave

Design de Produção, Cinema, *Stop-Motion*, Designer de Produção, Habilidades, *Live-Action*

ABSTRACT

This work seeks to be a guidance for those who have interest in acting in the field of Production Design. The objective is to clear up these professionals' functions, putting their skills in evidence and presenting means for developing these skills. This study first approaches Production Design in *live-action* works, providing useful information on planning, conception, creation and production, and, at the end, it demonstrates how using Production Design methodology in *stop-motion* projects brings benefits to the development of the work.

Key Words

Production Design, Cinema, Stop-Motion, Production Designer, Live-Action

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
1 DESIGN DE PRODUÇÃO, A HISTÓRIA DA PROFISSÃO	8
2 O QUE FAZ O DESIGNER DE PRODUÇÃO	11
2.1 A diferença entre diretor de arte, set designer, decorador de set	12
3 O DESIGN DE PRODUÇÃO EM PRÁTICA	15
4 AS HABILIDADES DE UM DESIGNER DE PRODUÇÃO	23
5 COMO DESENVOLVER AS HABILIDADES DE UM DESIGNER DE PRODUÇÃO	26
6 APLICANDO O APRENDIZADO NA TÉCNICA DE <i>STOP-MOTION</i>	49
7 COMO ATUAR NA ÁREA DE DESIGN DE PRODUÇÃO	63
REFERÊNCIAS	67
ANEXO A – Entrevista de Sarah Horton em sua língua de origem	69
ANEXO B – Entrevista de Masako Masuda em sua língua de origem	70
ANEXO C – Entrevista de Sarah Greendwood em sua língua de origem	71

INTRODUÇÃO

O termo “designer de produção” utilizado desde 1923 nos Estados Unidos ainda é pouco difundido no Brasil e confundido com a função de diretor de arte. O designer de produção é encarregado de pensar a concepção visual mais adequada para uma narrativa, criando uma atmosfera única a uma imagem, evidenciada através da escolha das cores, texturas, locações, cenários, móveis e objetos que compõe uma cena.

No cinema, o designer de produção é o chefe de departamento de arte, que consiste na direção de arte, figurino e decoração de set. Ele é o responsável pela pré-produção e trabalha juntamente com o diretor e o diretor de fotografia na construção imagética e conceitual do filme, chegando a determinar também assuntos relativos a iluminação e lentes fotográficas usadas na produção.

Este trabalho permite evidenciar as diversas habilidades que esse profissional possui e tem o intuito de guiar aqueles que têm interesse em atuar na área. Este estudo apresenta também o relato de uma experiência pessoal em uma produção de videoclipe para demonstrar que os conhecimentos adquiridos sobre Design de Produção em *Live-Action* também pode ser utilizado para enriquecer e facilitar uma produção de animação.

O “Design de Produção”, além de pouco difundido no Brasil, tem a sua atuação também bastante discreta, sendo que muitos projetos são desprovidos de planejamento visual, havendo dificuldades para encontrar cursos que abordem essa área.

1. DESIGN DE PRODUÇÃO, A HISTÓRIA DA PROFISSÃO

O livro “Production Design – Architects of the Screen” de Jane Barnwell, que começou sua carreira na BBC e hoje faz, ensina e escreve sobre filmes, atuando também como designer de produção, resgata desde os primórdios do Cinema e esclarece o surgimento da profissão “design de produção” ao fazer um paralelo entre os acontecimentos.

Em 28 de dezembro de 1895, em Paris, Auguste Lumière e Louis Lumière revelaram ao público o seu Cinematógrafo. Seus filmes são considerados o começo do filme documentário devido aos seus conteúdos que retratavam eventos cotidianos filmados em ambientes reais. Já Georges Méliès utilizava na produção de seus filmes cenários pintados e objetos reais misturados com objetos construídos para criar uma sensação de lugar, como pode ser visto em “Viagem à Lua” (*A Trip to the Moon*, 1902, França).

Como inicialmente as câmeras eram fixas, os filmes se assemelhavam à peças teatrais, havendo apenas um cenário sendo filmado de apenas um ângulo. Neste momento, a perspectiva não era um problema para as peças bidimensionais que compunham o cenário de Méliès, mas quando a câmera passou a ter movimentos, para que a ilusão do cenário fosse convincente, foi necessário adaptá-lo a novas possibilidades, havendo uma maior preocupação na hora de produzi-lo.

Edwin S. Porter's, em “O Grande Roubo do Trem”, (*The Great Train Robbery*, 1903, EUA), combinou locações reais com cenários pintados. O exterior do trem utilizado nas gravações eram reais enquanto as cenas em sua parte interna aconteciam em um cenário que imitava o interior do trem. O “Nascimento de uma Nação” (*Birth of a Nation*, 1915, EUA) com direção de David Llewelyn Wark Griffith teve suas cenas internas totalmente produzidas em estúdio, criando-se então diversos cenários. Até então não havia nenhum reconhecimento da atuação do profissional de direção de arte, somente em 1920, com o filme “Inocente Pecadora” (*Way Down East*, EUA) com direção de Griffith, que este profissional foi creditado em um filme.

Gradativamente mais filmes preocupados com o visual da história foram surgindo e mais se foi investindo em design, seja no tempo dedicado à elaboração de cenários de qualidade, seja no orçamento destinado a essa área. A cenografia foi se tornando fundamental, fazendo com que o Departamento de Arte crescesse, recebendo profissões como supervisor de direção de arte (que supervisionava a criação e gerenciava cronograma e orçamento), diretor de arte, projetistas e ilustradores.

O termo “*production designer*” (designer de produção) foi inventado por Selznick, produtor independente no Cinema Americano, para descrever o trabalho de William Cameron Menzies em “O vento levou” (*Gone with the Wind*, 1939, EUA) com direção de Victor Fleming que recebeu o Oscar pelo seu destaque ao utilizar a cor como forma de melhoria do humor dramático do filme.

William Cameron Menzies se tornou o primeiro a utilizar métodos detalhados de posicionamento de câmera no filme, excedendo o papel do diretor de arte – que consiste em fazer um estudo sobre o disposição de cenários, móveis, objetos e atores – chegando a dirigir algumas cenas do filme, apesar de não ter sido creditado por isso. O título “designer de produção” indicava uma parceria com o diretor no planejamento da produção, preocupando-se com a composição, o conteúdo e a continuidade de cada cena, permitindo também a criação de cenários que expressavam o estado interior do personagem. Entregava-se um trabalho detalhado incluindo cores, estilos, estrutura, enquadramento, composição e movimento para cada cena, chegando inclusive a especificar qual lente usar. Pode parecer que o designer está ultrapassando o limite e entrando na área do diretor, mas a nova ideia que surge é que o diretor se foca na direção dos atores enquanto o designer dirige os elementos visuais. Gradualmente o diretor de arte passou a ser conhecido como designer de produção e seu assistente como diretor de arte.

O termo “design de produção” ainda é pouco utilizado no Brasil. O fato de o diretor de arte ser o responsável pelo design de produção em produções de baixo orçamento agrava a confusão dos termos. Mauro Baptista

aborda mais sobre essa questão em seu artigo “A Pesquisa Sobre Design e Cinema: o Design de Produção”:

No cinema e na televisão, nomear costumeiramente a atividade que antes era chamada cenografia ou direção de arte como “*production design*” demorou várias décadas. Essa, aliás, é uma terminologia que se utiliza no cinema produzido nos Estados Unidos, mas não no Brasil, apesar de que grande parte do cinema, da publicidade e do videoclipe já incorporou a concepção de ter um conceito geral para tudo relativo à imagem. Portanto, no Brasil, mesmo que se faça design, ainda costuma-se falar de direção de arte para se referir ao relativo à escolha de locação, ambientes, cenários, móveis e objetos. Em contrapartida, há uma tendência internacional, principalmente americana, ligada a um cinema industrial de alto orçamento, que utiliza há mais de 20 anos o conceito de design de produção: a função de pensar a concepção visual relativa à locações, cenários, móveis e objetos de um filme.
(BAPTISTA, 2008, p.112-113)

2. O QUE FAZ O DESIGNER DE PRODUÇÃO

Desenhar cenários é somente parte do trabalho, e é uma tarefa que, em geral, é feita por outra pessoa, o diretor de arte.

A função principal do designer de produção é criar, em colaboração com o diretor e o diretor de fotografia, uma atmosfera única, uma abordagem gráfica, que em cor, em textura, no conjunto da imagem, produza um estilo característico, com a intenção de situar o filme num lugar a parte dos trabalhos feitos por qualquer outra equipe de cineastas. O designer de produção determina os planos fundamentais e faz rascunhos deles para o câmera e o diretor. Estes rascunhos idealmente incorporam tudo, das luzes à posição dos personagens, à escolha das lentes; então seu trabalho se transforma realmente no ponto de partida da filmagem do filme. (STEIN, 1976, p.196, citado por BAPTISTA).

O designer de produção é um dos principais chefes de departamento, sendo o responsável por orientar todo pessoal chave do Departamento de Arte (diretores de arte, figurinista, maquiador, gerente de locação, coordenadores de efeitos visuais, designer gráfico, modelador, dentre outros). É responsável também pelo controle do orçamento e cumprimento do cronograma de produção, o que permite que os aspectos visuais de um filme sejam criados adequando-se a seu prazo e sua verba disponível.

O designer de produção é aquele que gerencia, controla, concebe e transmite ideias para uma grande variedade de profissionais. Os cenários, os objetos de cena, os personagens, a paleta de cor e tudo aquilo que aparece em cena são concebidos detalhadamente com o intuito de ajudar o diretor a alcançar os requisitos visuais necessários para transmitir a história de seu filme. Ele fornece todos os adereços necessários para refletir a característica de um ambiente e seus personagens, escolhendo dos móveis aos livros na estante; do penteado no cabelo ao estilo de roupa do personagem, situando o público, logo nos primeiros segundos do filme, no universo criado.

O designer de produção pode atuar no Cinema, na TV, no teatro, na indústria de jogos digitais e produzindo videocliques e propagandas. De acordo com a The Royal Danish Academy of Fine Arts, que oferece curso na área, o profissional pode se especializar em animação, *motion graphics*, efeito especial, personagem, *background design*, figurinista e áreas novas como: *media graphics*, *stage design* e *virtual studio*. O designer de produção é capaz de trabalhar em qualquer área da indústria do entretenimento que envolva visualização de novos conceitos e universos.

2.1 A DIFERENÇA ENTRE DIRETOR DE ARTE, SET DESIGNER, DECORADOR DE SET

DIRETOR DE ARTE

O Diretor de Arte é a pessoa que implementa o design no filme. Isso é feito por meio da direção e da supervisão do Departamento de Arte que cria desenhos, pinturas, objetos e decora cada detalhe do cenário. Ele lida também com o orçamento específico destinado à construção e ao acabamento. Em grandes produções, o Diretor de Arte trabalha para o Designer de Produção, tendo uma equipe que inclui *set designers* e produtor de objetos, mas em produções de baixo orçamento é ele que toma conta de todo o projeto.

Sarah Horton, diretora de arte de diversos filmes como “A Supremacia Bourne” (*The Bourne Supremacy*, 2004, EUA) dirigido por Paul Greengrass e “Hanna” (*Hanna*, 2011, EUA) dirigido por Joe Wright, em uma conversa no endereço eletrônico Pushing Pixels diz:

Meu chefe, o designer de produção, cria a identidade visual do filme. Meu trabalho como diretora de arte é implementar a identidade em forma física [...] O Designer de Produção estabelece uma espécie de andaime visual,

definida pela cor, luz, textura e contraste no qual eu sou livre para trabalhar. [...]

Como diretor de arte, é esperado que você seja um gênio financeiro e criativo, aparecendo com soluções que não comprometam a visão do designer de produção mas que ao mesmo tempo encaixa-se dentro dos limites do orçamento. [...] como não dá para prever com precisão os parâmetros de cada cenário, o orçamento frequentemente tem que ser redividido. É uma questão de ser capaz de gerir o dinheiro disponível, mas eu vejo isso como um desafio não como uma restrição. Não importa o quão grande é o orçamento, nunca haverá dinheiro suficiente! Mesmo se você está trabalhando em um filme de 5 milhões, 50 milhões ou 100 milhões de dólares, você acaba ainda tendo as mesmas conversas sobre o que é acessível ou não. Eu acho que em filmes de grande orçamento você tem possibilidades de criar muitos mais detalhes – que é onde reside a diferença – mais cenários, mais acrobacias, mais efeitos especiais, mais opções sobre como filmar, mais tudo – enquanto em uma produção menor você é forçado a reduzir tudo ao essencial. (*tradução do autor*) (Ver ANEXO A – Entrevista de Sarah Horton em sua língua de origem)

Desde 1929, a Academy of Motion Picture Arts and Sciences concede prêmio de Direção de Arte para o Designer de Produção. Um Diretor de Arte só pode ser eleito para um Oscar quando não há um designer de produção creditado. O IATSE #800 Board of Directors (Organização Internacional dos Trabalhadores de Palco Teatral) tem que aprovar o designer de produção por este crédito.

DECORADOR DE SET E SET DESIGNER

Em entrevista ao endereço eletrônico Pushing-Pixel, a *set designer* Masako Masuda que trabalhou em mais de 50 filmes, incluindo “Jurassic Park” (*Jurassic Park*, 1993, EUA) dirigido por Steven Spielberg, “Memórias de uma Gueixa” (*Memoirs of Geisha*, 2005, EUA) dirigido por Rob Marshall e “O curioso caso de Benjamin Button” (*The Curious Case of Benjamin Button*, 2008, EUA) dirigido por David Fincher, define muito bem o que faz o profissional de sua área e ainda esclarece demais profissões:

Um *set designer* é como um arquiteto. Eu desenho o projeto arquitetônico: da forma do espaço aos desenhos de plantas e elevações, cada detalhe da janela, porta, molduras e também a pintura da parede, o papel de parede, os padrões dos materiais dos pisos e todos os itens de design personalizado. O design precisa ser baseado no período do roteiro. Então o Departamento de Arte faz inúmeras pesquisas. Graças a Deus nós agora temos a internet!

[...] A propósito eu não lido com móveis ou adereços. Eles são cuidados pelo Departamento de *Set* [executado pelo profissional conhecido como decorador de set] e Departamento de *Props*. Ocasionalmente podemos ajudá-los se os itens de design personalizados são obrigatórios.

Em suma, o Departamento de Arte funciona desta maneira: O Designer de Produção, chefe do Departamento de Arte, define o sentido do projeto e fica em comunicação com o diretor para saber como ele/ela quer o visual do filme e da história. O Diretor de Arte supervisiona o processo do dia a dia e trabalha com o *Set Designer* próximo ao Designer de Produção. *Set Designers* lidam com pesquisas, design, detalhes e desenhos de construção para o Departamento de Construção. É bastante comum qualquer um dos projetos serem feitos de novo e de novo até receberem a aprovação do Designer de Produção, e por fim do Diretor. Depois desse ponto, o *Set Designer* trabalha nos desenhos finais de construção para dá-los ao Departamento de Construção que irá construir os sets. É claro que, em muitas ocasiões, a construção começa quase que simultaneamente mesmo quando o projeto final ainda não esteja pronto, devido ao tempo limite. Eles ficam em cima da gente esperando que nós entreguemos quaisquer desenhos. Nesse caso, revisões precisam ser feitas durante a construção, o que pode ser caro. No final, de alguma forma, miraculosamente, as coisas ficam prontas!” (*tradução do autor*) (Ver ANEXO B – Entrevista de Masako Masuda em sua língua de origem)

3. O DESIGN DE PRODUÇÃO EM PRÁTICA

O roteiro, o orçamento e o cronograma são os pontos iniciais para o desenvolvimento do trabalho do designer de produção, assim ele visualiza a aparência do filme e analisa os requisitos técnicos necessários e cabíveis para sua produção.

O designer não só tem que ser criativo como tem que saber usar o dinheiro disponível. Ele precisa saber onde ir para conseguir cada item que aparecerá em cena, tendo que conhecer os fornecedores que serão capazes de entregar os produtos desejados e a baixo preço.

O designer inicia na etapa de pré-produção coletando referências que irão traçar o aspecto visual do filme. Essa coleta envolve muitas horas de pesquisas, tanto visuais quanto textuais, à procura dos melhores elementos para compor a criação de um novo universo que será utilizado no filme.

Lisa Hall, designer de produção de filmes e séries da BBC, com o intuito de ajudar os estudantes interessados pela área, fornece em seu endereço eletrônico o diário de bordo de algumas de suas produções. Abaixo vemos algumas imagens do *look book* da série “*What Remains*” (2013, Inglaterra) dirigido por Coky Giedroyc no qual Lisa, juntamente com o set designer da série, coletou imagens que representam o universo que ela imaginou ser o mais adequado para a criação de “*What Remains*”.



FIGURA 1 - *Look book* da série *What Remains* – Fonte: Endereço Eletrônico Lisa Marie Hall¹

¹ Disponível em: <<http://www.lisamariehall.com/>>. Acesso em fev. 2014.

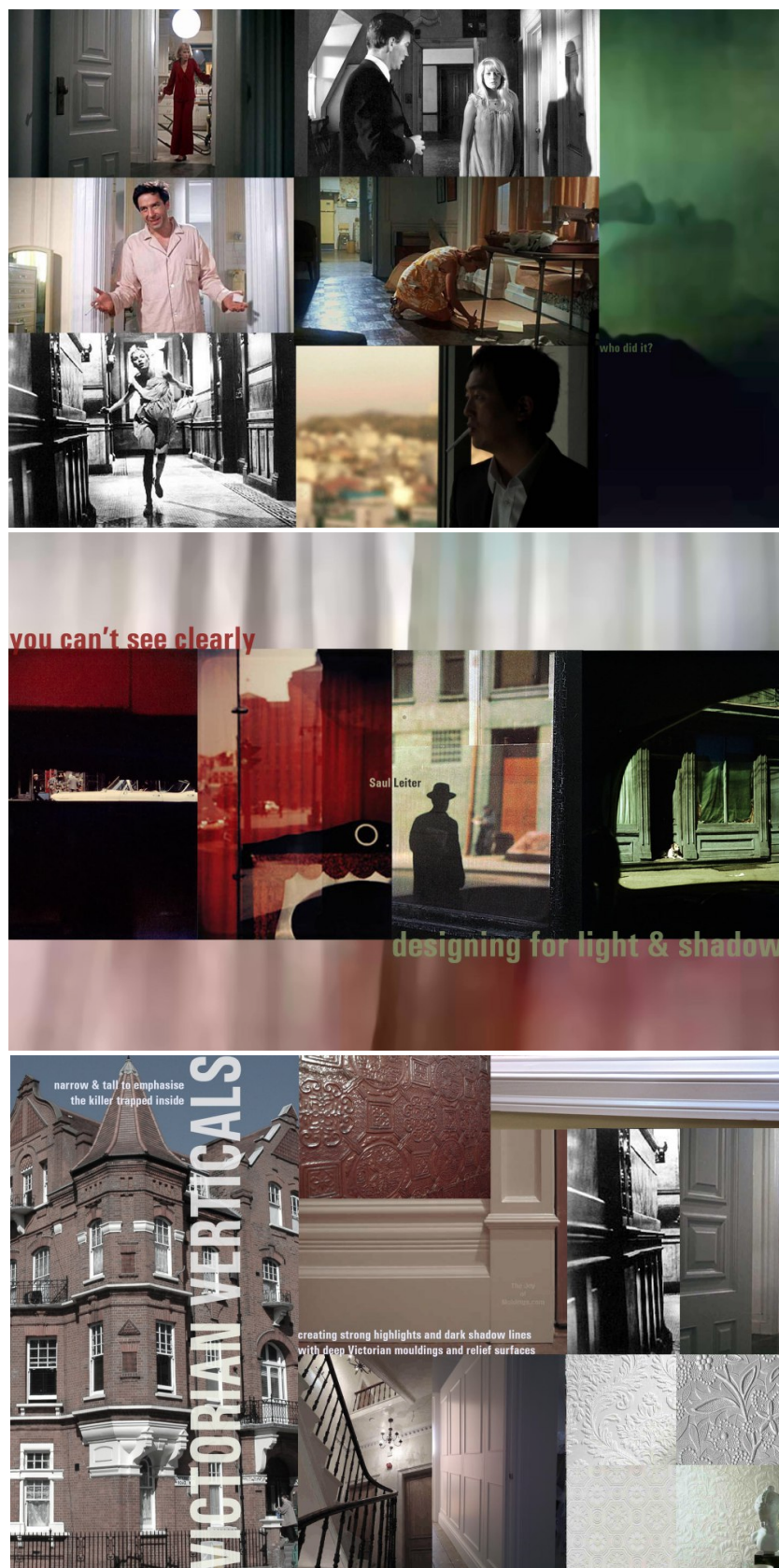


FIGURA 2 - Look book da série *What Remains* – Fonte: Endereço Eletrônico Lisa Marie Hall²

² Disponível em: <<http://www.lisamariehall.com/>>. Acesso em fev. 2014.

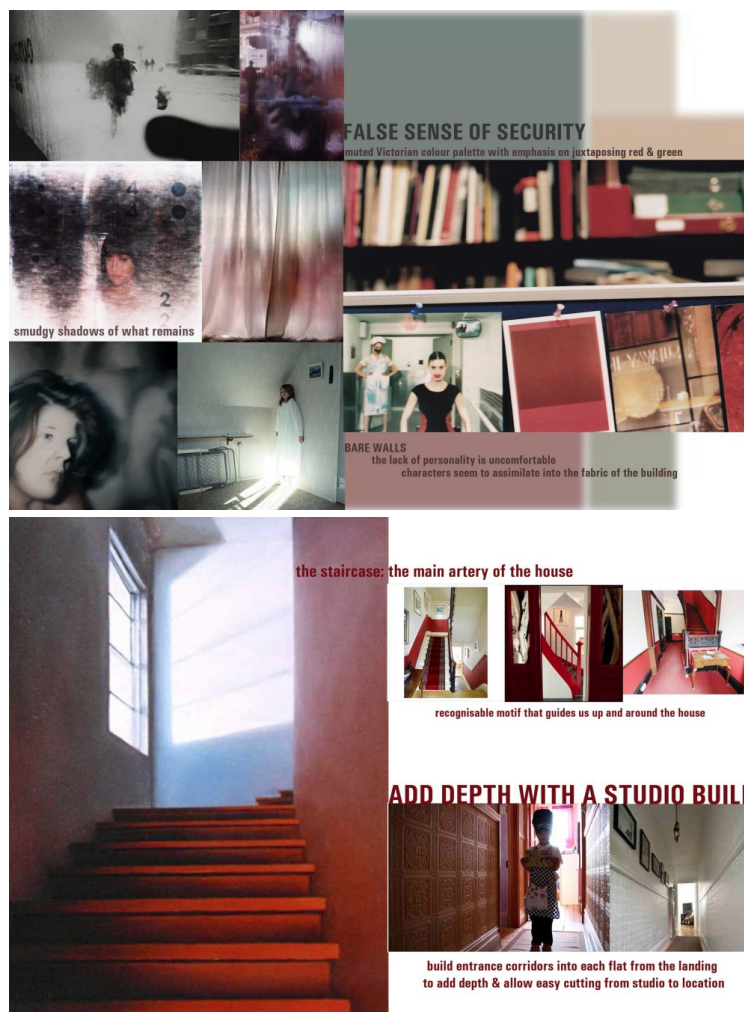


FIGURA 3 - Look book da série *What Remains* – Fonte: Endereço Eletrônico Lisa Marie Hall³

Centenas de imagens são coletadas durante a pesquisa, vindas de várias fontes: fotografia, pintura, livro, filme; de imagens de objetos, texturas, detalhes, luz, sombra, arquitetura. Cada imagem trará uma especificidade capaz de indicar a sensação que o filme deve passar. São escolhidas as principais para fazerem parte do *look book*, usando-as para guiar visualmente todos os profissionais envolvidos na etapa de pré-produção. Lisa Hall deixa informações textuais que demonstram o que se pretende alcançar conceitualmente com a escolha de determinadas imagens. Isso facilita a comunicação entre a equipe e permite que esta também proponha novas formas que se enquadrem no conceito desejado por Lisa. Entende-se por conceito, a formulação de uma ideia. Neste caso, a formulação se dá através

³ Disponível em: <<http://www.lisamariehall.com/>>. Acesso em fev. 2014.

da escolha de determinados elementos que são capazes de representar as informações que o espaço físico projetado deve transmitir àqueles que o assistem. Em uma das pranchas de imagens do *look book* de Lisa (FIG. 5), lêmos “falsa sensação de segurança” e temos como imagens, fotografias não muito nítidas, borradas, características alcançadas pelo uso do preto e branco e cores desaturadas (cores mais claras, com aparência desbotadas). Vemos também nas imagens chuva e vapor de água pela janela dificultando ver os personagens, percebe-se também uma sensação de aprisionamento do personagem. Os elementos nessas imagens conseguem representar o conceito desejado por Lisa e possibilitam entender a dramaticidade da série sem nem ao menos sabermos o seu enredo.

Após o *lookbook*, trabalha-se individualmente cada cena do roteiro para entender as suas necessidades e identificar suas locações e objetos de cena. As gravações serão interna ou externa? (ou seja, a cena se dará dentro de um ambiente fechado ou ao ar livre?), é dia ou noite? Qual a estação do ano e/ou a condição do tempo que essa parte do roteiro exige? Quais os objetos necessários em cena? Como eles são? Como os personagens estão vestidos? Como é a maquiagem e o cabelo? Uma lista detalhada de locações, decorações, objetos de cena e figurinos são feitas pelo designer de produção, diretor de arte, decorador de set, figurinista e produtor de objetos, anotadas no roteiro e levadas ao diretor à espera de aprovação.

Nesta etapa é preciso decidir-se, baseado no orçamento e no interesse do projeto, se as locações aos quais o filme se passará serão reais ou construídas. Os designers geralmente preferem construir os cenários, pois assim há maior controle do que será mostrado em cena projetando-os pensando na ação e na câmera, construindo assim um cenário acessível para os equipamentos de iluminação, para a movimentação de câmera, atores e toda a equipe. Isso pode ocasionar na criação de uma arquitetura um pouco diferente do mundo real, no qual o teto do cenário de uma casa pode ser bem maior do que o usual para que se permita a instalação dos equipamentos de luz e câmera de acordo com os requisitos da cena.

O designer de produção, juntamente com o diretor de fotografia e o diretor, é responsável pela escolha dos planos a serem filmados. O roteiro pede características específicas que precisam ser atendidas na cena. Se há pessoas andando por uma sala, será necessário que se decore todo o ambiente e que a disposição dos móveis e objetos nessa cena facilite a locomoção dos atores e da câmera; se a cena pede uma pessoa sentada em uma cama, não há necessidade de se decorar todo o cenário, podendo decorar somente aquilo que realmente aparecerá na cena. Quando todo o ambiente utilizado em cena é decorado, se dá o máximo de flexibilidade para o diretor de fotografia trabalhar os ângulos da câmera, mas em contrapartida ocasiona um custo às vezes muito maior do que o necessário para filmagem, visto que há uma necessidade da utilização de vários objetos para que todo cenário seja preenchido, não importando se a cena durará 30 segundos ou 30 minutos.

Quando se trabalha com locações reais é necessário um cuidado maior na escolha do ambiente, pois o local tem que ser capaz de passar somente as informações que são desejadas, sendo necessário que se tente eliminar qualquer coisa estranha a esse universo.

O livro de Jane Barnwell cita um exemplo interessante do filme “Um lugar chamado Notting Hill” (*Notting Hill*, 1999, EUA) com direção de Roger Michell que causou algumas controvérsias pelo cenário construído não ser compatível com as locações reais:

Um exemplo pequeno dessa discrepância é a porta de entrada da casa do protagonista que é pintada de azul com colunas brancas dos lados. O fato do personagem ser um pacato dono de uma livraria parece não corresponder com a grandeza aparente da entrada de sua casa. A entrada é uma locação real que é incongruente com as informações do personagem.

(tradução do autor)⁴ (BARNWELL, 2004, p. 21)

O mundo criado na tela tem que convencer a audiência de que aquilo existe para que a história funcione, não importa o quão fantástico ou

⁴ A small example of this discrepancy is the doorway to the house of the main protagonist which is painted blue with white columns on either side. The fact that the character is supposed to be a struggling bookshop owner seems to clash with the apparent grandeur of the entrance to his home. The doorway is a real location that is incongruous with the other information on the character.

imaginativo ele seja, o mundo terá que transparecer sua própria lógica para ser aceito pelo espectador.

Um cenário bem projetado indica o tempo, o lugar e também a personalidade dos personagens.

Não só o designer pode ser contratado para inventar construções, espaços, cidades e mundos únicos, como pode também prover uma história com conexão da narrativa do filme dando significado às construções. Então o designer está, do ponto prático, construindo algum lugar para a ação ocorrer e, no ponto criativo, fazendo esse lugar ser apropriado para o mundo do filme e seus personagens que ali habitam.

*(tradução do autor)*⁵ (BARNWELL, 2004, p. 21)

Nós tentamos fazer o cenário parecer o mais real possível, e quando você faz isso, as pessoas simplesmente não notam. E é isso que eu realmente tento alcançar como designer. Você quer que as pessoas não prestem atenção na lâmpada no canto ou no papel de parede que você colocou.

*(tradução do autor)*⁶ (Tim Grimes em entrevista ao endereço eletrônico Pushing-Pixels)

Isso se consegue através de muitas pesquisas e muitas leituras atrás da melhor escolha de forma, arquitetura, espaço, cor e textura que serão utilizadas para expressar a história e dar suporte aos personagens. Vários métodos de visualização (textos, rascunhos, desenhos, projetos em 3D) são

⁵ *Not only might a designer be required to invent individual buildings, spaces, cities and worlds, but also to provide them with a history, with a connection to the film's narrative, and to endow them with meaning. So the designer is in a practical sense building somewhere for the action to take place and in a creative sense making that place appropriate for the film world and the characters that will inhabit that world.*

⁶ *We try to make the sets look as real as possible, and when you do that, people just don't take notice. And that's what I really try to achieve as a designer. You want people to not pay attention to the lamp in the corner, or the wallpaper that you've put on.* Disponível em: <<http://www.pushing-pixels.org/2013/03/18/the-craft-of-art-direction-conversation-with-tim-grimes.html>>. Acesso em fev. 2014.

apresentados ao diretor e ao restante da equipe para ser verificado a consistência do que está sendo criado para esse mundo proposto no filme.

Sarah Greendwood, designer de produção de filmes como “Sherlock Holmes” (*Sherlock Holmes*, 2009, EUA) com direção de Guy Ritchie e “Orgulho e Preconceito” (*Pride and Prejudice*, 2005, Reino Unido) com direção de Joe Wright, fala mais sobre esse processo de criação de cenários que enriquecem a personalidade dos personagens:

Sarah Greendwood: Você praticamente consome todo o período [de tempo] e a história. Tudo é um período, mesmo hoje é um período. Você se informa ao máximo, eu faço isso com imagens, pinturas, fotografias, imagens contemporâneas que podem ter a essência da história, imagens que captam o que é a história e como queremos que ela seja apresentada. Então essas imagens capturam o humor e a essência da história. Às vezes coletamos 5.000 referências para um filme e todas vão para a parede! [...] e então você começa a refinar quais imagens você quer usar e o que é importante, moldando o filme que você irá fazer.

Kirill: Você fica com um período particular quando desenha o cenário ou você também volta no tempo?

Sarah: Eu absolutamente volto no tempo. Se você olhar como vivemos em 2012, eu não sei a sua casa, mas a minha é cheia de coisas, algumas com 400 anos e outras bastante contemporânea. Nós não vivemos o presente. Poucas pessoas vivem o momento. É interessante quando você vê um filme onde eles vivem o arco daquele momento, pode ser correto para o personagem quando é, mas se não, vira um quadro de moda, de decoração de interiores em oposição ao design do filme. Se você tem um filme que acontece nos anos 1950, você recria os anos 1930 porque tivemos uma guerra. E se um filme acontece nos anos 1930, você provavelmente vai recriar os anos 1920. Certamente naquele período as pessoas não mudavam muito seus móveis e decoração como fazemos hoje. Eles podem ter tido a sorte de ter mudado quando se casaram e se mudaram, mas certamente não mudaram todo ano ou a cada 5 anos como fazemos hoje. Isso tem haver também com a riqueza, se você pode bancar ou não. Você tem que realmente olhar para os personagens e o tempo e como eles teriam vivido.

Kirill: Então você extrapola voltando no tempo baseado na idade, riqueza e gosto do personagem.

Sarah: Absolutamente. A casa de Bennet é uma casa grande de família em uma antiga propriedade. Eles podem ter sido ricos em questões de terra, mas eles não tinham dinheiro pronto para gastar. Então nós demos a eles mobília datada, tratamento de pintura lascada e antiga, criando uma aparência de não ter sido mantida, quase que por negligência mas silenciosamente amada e remendada. A fazenda invadindo até a porta dos fundos, sem jardim decorado e com porcos andando pela cozinha, toda a mobília da casa era pelo menos 50 à 100 anos mais velha do que o período que o filme se passava [...]. Nós fizemos a cama da senhora Bennet desenhada ao estilo francês da metade do século 18, quando ela devia ter se casado. Pode ter sido o seu dote, essa cama linda quando ela tinha dinheiro no tempo que se casou, mas nos dias do filme, está tudo desgastado e quebrado, definindo ela e sua irregularidade de ter cinco filhas e viver no limite, sem dinheiro. Daí a razão pela qual toda a família é tão interessada em dinheiro e em casar as filhas, por não conseguirem mantê-las. Você contrasta isso com a casa de Bingley em “Orgulho e Preconceito” onde toda a mobília nesta casa alugada era estado de arte. Eles eram novos ricos, dos anos 1790, com mobílias imaculadas. Temos a família Bennet nesse ambiente e as meninas sentadas no sofá, parecendo completamente desalinhadas e fora do lugar. Esse é um exemplo de como usar o mobiliário para contar uma história. Mesmo que o espectador não saiba desse período particular, ele tem uma noção [da história] a partir da aparência e da sensação [do que é mostrado]. (Ver ANEXO C – Entrevista de Sarah Greenwood em sua língua de origem)



FIGURA 4- Cenário de “Orgulho e Preconceito” – Fonte: Endereço Eletrônico Pushing-Pixels⁷

⁷ Disponível em: < <http://www.pushing-pixels.org/2012/11/15/the-art-and-craft-of-production-design-conversation-with-sarah-greenwood.html>>. Acesso em fev. 2014.

4. AS HABILIDADES DE UM DESIGNER DE PRODUÇÃO

Os requisitos para cada trabalho são diferentes e demandam uma vasta formação cultural e visual do designer. Ele deve ter grande conhecimento de cinema, literatura, artes plásticas e arquitetura, para ter capacidade de responder com conceitos inovadores e soluções práticas a cada projeto de design. O endereço eletrônico da BBC faz uma extensa lista de qualidades e competências que uma pessoa precisa ter para fazer uma boa carreira de designer de produção: movimentos e metodologias de Arte e Design, estilos de arquitetura, design de interiores e decoração, estilos de móveis, estilos de performance e dramatização, literatura, filmes, técnicas de produção de filmes e vídeos, processos de produção, ângulos de câmeras, processos de iluminação, técnicas de pós-produção, técnicas de desenho e modelos em escala, processos e estrutura e construção, materiais e construção e fornecedores, regulamentos de saúde e segurança para a indústria do cinema, competência com criação em computador, processos de orçamento e cronogramas, implicações de locação para planejamento e cronograma, fornecedores especializados e fontes de varejo. (BAPTISTA, 2006, pág. 13)

Além do conhecimento dessas áreas mais técnicas, o profissional precisa ser capaz de gerar e transmitir ideias criativas e originais, comunicando-as através de rascunhos, desenhos técnicos e modelos 3D. Precisa ter conhecimento de materiais, processos de produção e diferentes linguagens artísticas. Estar sempre em contato com produções visuais e ter visão crítica sobre eles. Precisa ter a habilidade de trabalhar sozinho e também em equipe, de supervisionar e ser um bom líder, de trabalhar com prazos apertados, orçamentos curtos e ser capaz de resolver todos os diferentes problemas que podem surgir durante esse processo.

A produção da série “What Remains” que teve Lisa Hall como designer de produção sofreu várias evoluções por causa de mudanças de locação, estúdio, orçamento e cronograma. É necessário um constante gerenciamento de projeto.

O profissional precisa ser capaz de transmitir suas ideias através da construção de cenários em maquetes de papel, modelo 3D ou desenhos detalhados. Abaixo encontram-se mais algumas imagens que permitem um entendimento melhor de algumas dessas habilidades necessárias:



FIGURA 5 - Maquete feita em papel de dois cenários da série *What Remains* – Fonte: Endereço Eletrônico Lisa Marie Hall⁸



FIGURA 6 - Rendering e cenário produzido por Judy Rhee para a série *Meet the Browns* – Fonte: Endereço Eletrônico Pushing-Pixels⁹

⁸ Disponível em: <<http://www.lisamariehall.com/>>. Acesso em fev. 2014.

⁹ Disponível em: <<http://www.pushing-pixels.org/2012/09/07/the-craft-of-art-direction-conversation-with-judy-rhee.html>>. Acesso em fev. 2014.



FIGURA 7 - Maquete feita em papel e cenário final produzido por Lisa Hall de um dos cenários da série *What Remains* – Fonte: Endereço Eletrônico Lisa Marie Hall¹⁰



FIGURA 8 - Desenho e cenário final de Gerald Sullivan para o filme *Moonrise Kingdom* – Fonte: Endereço Eletrônico Pushing-Pixels¹¹

¹⁰ Disponível em: <<http://www.lisamariehall.com/>>. Acesso em fev. 2014.

¹¹ Disponível em: <<http://www.pushing-pixels.org/2013/02/27/the-art-direction-of-moonrise-kingdom-interview-with-gerald-sullivan.html>>. Acesso em fev. 2014.

5. COMO DESENVOLVER AS HABILIDADES DE UM DESIGNER DE PRODUÇÃO

Apesar de não ser necessário uma graduação, como é preciso de conhecimentos artísticos, seria interessante fazer algum curso ligado às artes. Muitos profissionais vem de áreas como Cinema, Arquitetura, Artes Visuais, Teatro e Design, sendo que a maioria dos entrevistados pelo endereço eletrônico Pushing-Pixels advém da arquitetura. É interessante também fazer cursos para ganhar mais conhecimento sobre determinadas técnicas e funcionamento de uma produção de filme e vídeo. No exterior existem cursos renomados focados no Design de Produção, como o The Royal Danish Academy of Fine Arts, na Dinamarca e o National Film and Television School, na Inglaterra. Aqui, no Brasil, até o momento desta pesquisa, nenhum foi encontrado, mas o país oferece outros cursos, como o de direção de arte, que permitem ganhar mais conhecimento sobre o funcionamento desta área. Esses cursos podem ser encontrados em escolas de Cinema, como a Escola Livre de Cinema em Belo Horizonte e na Academia Internacional de Cinema em São Paulo.

Como vimos, é demandado habilidade com desenho manual e digital (3D) para conseguir esboçar pensamentos projetuais com clareza. Isso é conseguido através de muito estudo e dedicação podendo ser aprendido em cursos ou sendo autodidata. A internet abre um leque ao proporcionar vários tutoriais e aulas online que são focadas em determinadas especificidades do desenho 2D e 3D. Um curso de arquitetura ou design de interiores também ajuda bastante nesse ponto, pois ensina a fazer esboços e plantas de construções seguindo determinadas diretrizes conceituais.

Como o trabalho de um designer de produção é bastante visual, é necessário desenvolver habilidades de visualização. Um bom exercício, de acordo com o livro “Filmmaker’s Guide to Production Design” de Vincent LoBrutto, é ler roteiros de filmes que você não tenha visto e, a partir da análise de suas histórias, encontrar o conceito visual que cada filme deveria ter, listando as necessidades de cada cena, anotando sobre cor, textura, locação e comparar depois seus estudos com o que foi criado para o filme original. Outra

forma é ler um livro que tenha sido adaptado para o Cinema e depois assistir ao filme, analisando a forma como o aspecto visual foi resolvido.

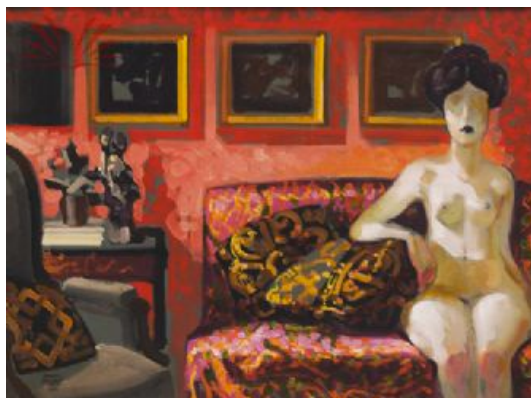
Muito do que é utilizado no desenvolvimento de um design de produção vem do senso de observação de seu criador. Portanto é bom estar sempre em contato com produções que envolvam construções de cenários e que se assista *making-of*. Estudando os diretores, assistindo filmes, conhecendo pintores e fotógrafos, vendo instalações de arte e peças de teatro (estes possuem ótimas soluções visuais utilizadas em sua cenografia e sua iluminação), rodeando-se de referências e analisando tudo que o atrai permite que se desenvolva habilidades de visualização. Novas possibilidades de criação são conhecidas, seja na iluminação, no uso de materiais, na composição, na técnica, na textura ou no uso das cores, permitindo que se conheça diferentes alternativas para se trabalhar caso algo não funcione ou não se adeque ao orçamento.

Para o desenvolvimento do senso de cor é interessante que se estude História da Arte, familiarizando-se com os clássicos e contemporâneos da arte é possível desenvolver um olhar para um uso interessante da aplicação de cor. Entendendo e utilizando a capacidade de expressão da cor e seus significados, cria-se um estilo visual que, além de embelezar a narrativa, pode ser usada para além de imitar uma realidade, passando características emocionais sobre o filme e definindo personagens.

Quando se fala de composição cromática no Cinema, é difícil não citar o “Fabuloso Destino de Amélie Poulain” (*Le Fabuleux Destin d’ Amélie Poulain*, 2001, França) com direção de Jean-Pierre Jeunet. O filme apresenta uma paleta de cores vivas inspiradas nas obras do pintor brasileiro Juarez Machado, no qual o vermelho, o verde e o amarelo ganham destaques. Estas cores juntas são contrastantes, atraindo a atenção do espectador para um mundo fantasioso que remete à infância para representar sua personagem principal, Amélie. O vermelho é utilizado para remeter à paixão da personagem, o verde para retratar sua esperança e também acalmar os ambientes e o amarelo para exteriorizar a alegria e jovialidade de Amélie. O filme utiliza não apenas as cores das obras de Juarez Machado como também os cenários e personagens de suas

obras. Não se vê uma imitação em si das obras, mas nota-se uma similaridade com o conteúdo.

a)



b)



FIGURA 9 – a) Pintura de Juarez Machado intitulado Quarto Interior

b) Cenário do quarto de Amélie em “O Fabuloso Destino de Amélie Poulain”

Fonte: Endereço Eletrônico LarDulcilar¹²

a)



b)

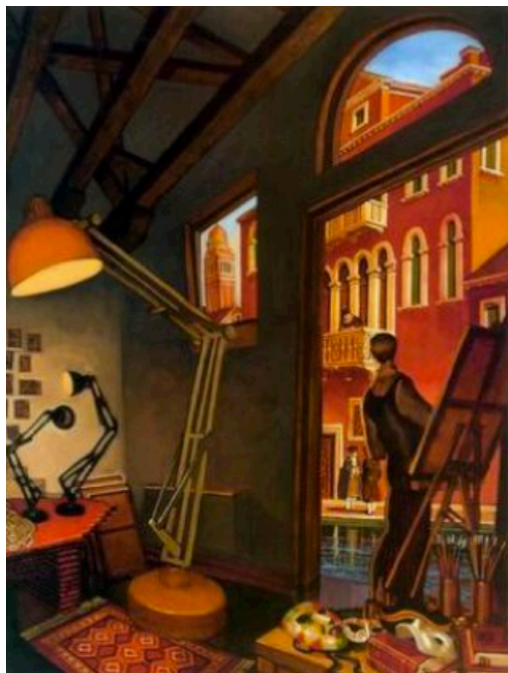


FIGURA 10 – a) Pintura de Juarez Machado – Fonte: Endereço Eletrônico Lealamode¹³

b) Cenário do bistrô que Amélie trabalha - Fonte: *Still* do filme “O Fabuloso Destino de Amélie Poulain”

^{12,13} Disponível em: <<http://lealamode.wordpress.com/tag/amelie-poulain/>>. Acesso em março 2014.

a)



b)



FIGURA 11 – a) Pintura de Juarez Machado – Fonte: Endereço Eletrônico Lealamode ¹⁴

b) Cenário da casa de um dos vizinhos de Amélie que é um pintor - Fonte: *Still* do filme “O Fabuloso Destino de Amélie Poulain”

O livro “Filmmaker’s Guide to Production Design” fornece dicas interessantes que se deve ficar atento ao se definir uma paleta de cor: as cores não se apresentam as mesmas quando são filmadas, é interessante testá-las filmando-as antes; cores quentes (como laranja, amarelo e vermelho) parecem estar mais perto da câmera do que as cores frias (como azul, verde e roxo). As cores frias, além de parecerem mais distantes, parecem também maiores; uma superfície lisa causa a impressão de que a cor é mais saturada do que se a mesma for aplicada em uma superfície fosca; a cor de fundo pode modificar a sensação vista de uma cor se colocada à frente de outra; as cores parecem mais iluminadas quando colocadas contra um fundo preto e mais escuras quando colocadas em um fundo branco; limitar a paleta de cor em cores frias ou quentes ou em uma única cor comunica monotonia, calma ou falta de identidade.

¹⁴ Disponível em: <<http://lealamode.wordpress.com/tag/amelie-poulain/>>. Acesso em abril 2014.

Outro ponto que deve ser estudado é a textura, com o uso dela é capaz de evocar o ano em que se passa a obra criada. O uso de materiais acrílicos, plásticos e metais são bastante utilizados em filmes futurísticos; texturas desgastadas, envelhecidas e sujas demonstram uma passagem de tempo, como vemos no caso citado anteriormente sobre o filme “Orgulho e Preconceito”, um filme de época que utilizou dessas texturas para retratar a condição financeira de uma família rural. A textura adiciona realismo e característica tátil à produção, proporcionando volume e sombra de acordo com o jogo de iluminação. É interessante ter conhecimento de diferentes materiais e texturas (como madeira, metal, vidro, cimento, texturas reflexivas, ásperas e lisas). Eles são capazes de informar à audiência o status social, o tempo, o lugar e mais diversas outras características. Como não há necessidade de se utilizar de fato o material puro podendo este ser imitado pela direção de arte, é necessário que se tome cuidado para não parecer falso, se não o espectador se desconecta do universo criado e perde a sensação de realidade.

O designer de produção também é o responsável pela escolha dos enquadramentos, decidindo o que aparecerá em cena e como aparecerá, criando uma narrativa capaz de enfatizar o roteiro proposto. O enquadramento depende de três elementos: o plano, a altura do ângulo e o lado do ângulo. O endereço eletrônico Primeiro Filme disponibiliza imagens que esclarecem esses três elementos. Ele optou por demonstrar o enquadramento a partir de uma câmera objetiva, ou seja, uma visão de quem está de fora, diferente da câmera subjetiva, no qual a visão de determinado personagem é que se é vista, como se estivesse filmando diretamente a partir dos olhos dele, de seu ponto de vista. Exemplo: o roteiro pede uma pessoa A beijando uma pessoa B. Em uma câmera objetiva é visto no enquadramento a pessoa A e a pessoa B se beijando. Já na câmera subjetiva é mostrada a visão de um dos personagens, a pessoa A vendo o rosto da pessoa B, em seguida os seus lábios e ao beijá-la, se a pessoa A continuar com os olhos abertos, ela verá parte do cabelo, do olho, da sobrancelha e do cenário que estiver atrás da pessoa B.

Os três tipos básicos de planos são plano aberto, médio e fechado:

a)



b)



c)



FIGURA 12 – a) Plano aberto;
b) Plano médio;
c) Plano fechado

Fonte: Endereço Eletrônico Primeiro Filme¹⁵

No Plano Aberto, a câmera está distante do objeto, com este ocupando uma pequena parte do cenário. É um plano de ambientação que pode indicar também um certo distanciamento do personagem sobre alguma situação. Este plano pede um cenário de extensões maiores e o uso de uma lente grande-angular (lentes de 20-35 mm, que capturam imagens com ângulo maior do que a visão humana). Como a escolha da lente também é algo que é resolvido pelo designer de produção, juntamente com o diretor de fotografia, é necessário que se entenda um pouco sobre o funcionamento de uma câmera. Na próxima página, apresento apenas a título de curiosidade as diferenças que se pode alcançar em relação ao campo de visão de um cenário ao se utilizar diferentes lentes.

¹⁵ Disponível em: <<http://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/enquadramentos-planos-e-angulos/>>. Acesso em abril 2014.

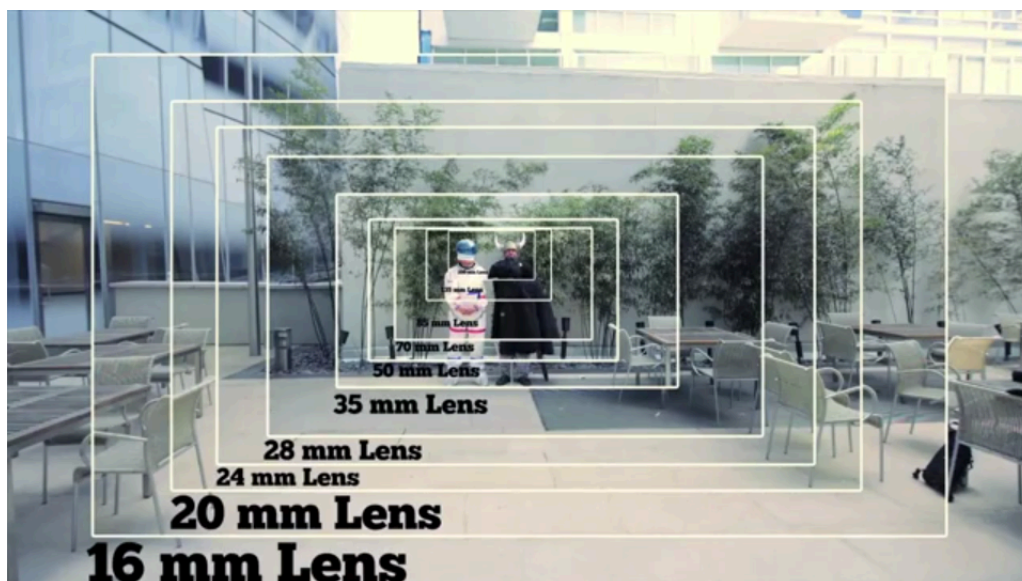


FIGURA 13 – A partir de uma mesma distância entre a câmera e os personagens utilizou-se lentes de 16, 20, 24, 28, 35, 50, 70, 85, 135 e 200 mm para se evidenciar a diferença de enquadramento que elas proporcionavam. Nota-se então, que quanto menor o tamanho do milímetro da lente, maior o campo de visão que ela fornece, proporcionando também maior perspectiva. - Fonte: Vídeo Behind the Glass Part 1: An Intro to Lenses¹⁶

No Plano Médio, a câmera está a uma distância média do objeto, sendo que este ocupa uma parte considerável do ambiente, havendo ainda espaço à sua volta. É um plano de posicionamento e movimentação, no qual se dá liberdade para o personagem atuar e revelar os objetos em cena.

No Plano Fechado, conhecido também como *close-up*, a câmera está bem próxima do objeto, sendo que este ocupa quase todo o cenário. É um plano que revela mais sobre o objeto, demonstrando intimidade e evidenciando a expressão do personagem.

¹⁶ Disponível em: <<https://vimeo.com/27582408>>. Acesso em abril 2014.

A partir desses planos básicos, temos como seus desdobramentos:

a)



b)

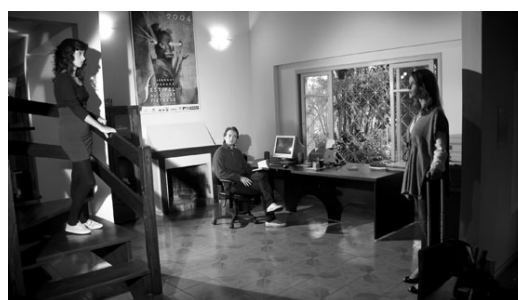


FIGURA 14 – a) Plano Geral;

b) Plano de Conjunto

Fonte: Endereço Eletrônico Primeiro Filme¹⁷

Plano Geral – Com um ângulo visual bem aberto, a câmera revela o cenário à sua frente e a figura humana ocupa espaço muito reduzido na tela, não notando seus rostos. Plano para exteriores ou interiores de grandes proporções.

Plano Conjunto – Com um ângulo visual aberto, a câmera revela uma parte significativa do cenário à sua frente e a figura humana ocupa um espaço relativamente maior na tela. É possível reconhecer os rostos das pessoas mais próximas à câmera.

a)



b)



FIGURA 15 – a) Plano Médio;

b) Plano Americano

Fonte: Endereço Eletrônico Primeiro Filme¹⁸

Plano Médio – A figura humana é enquadrada por inteiro, com um pouco de “ar” sobre a cabeça e um pouco de “chão” sobre os pés.

^{17,18} Disponível em: <<http://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/enquadramentos-planos-e-angulos/>>. Acesso em abril 2014.

Plano Americano – A figura humana é enquadrada do joelho para cima.

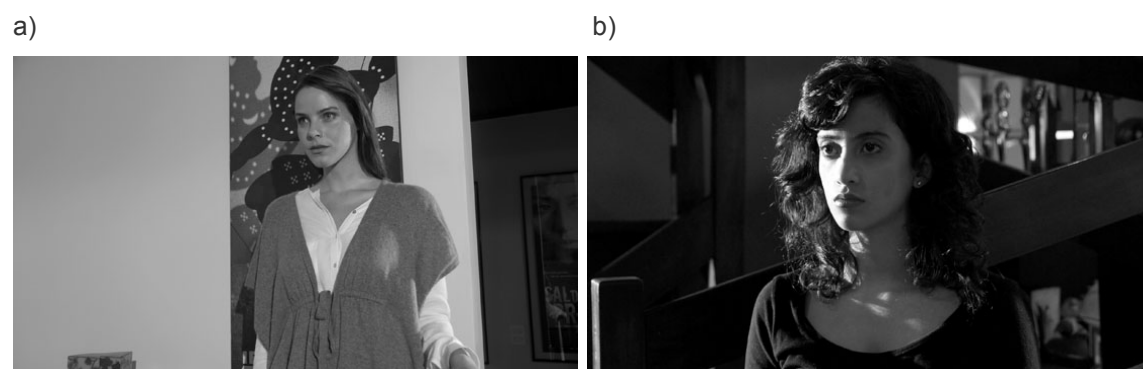


FIGURA 16 – a) Meio Primeiro Plano

b) Primeiro Plano

Fonte: Endereço Eletrônico Primeiro Filme¹⁹

Meio Primeiro Plano – A figura humana é enquadrada da cintura para cima.

Primeiro Plano/*Close-up/Close* – A figura humana é enquadrada do peito para cima. Como esse enquadramento evidencia as expressões do personagem e projeta suas características, vemos uma maior intensidade dramática.

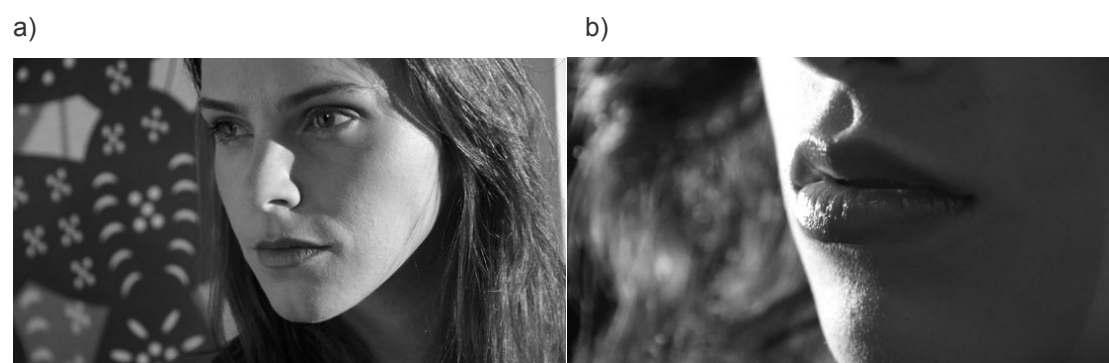


FIGURA 17 – a) Primeiríssimo Plano

b) Plano Detalhe

Fonte: Endereço Eletrônico Primeiro Filme²⁰

Primeiríssimo Plano/*Big Close-up/Big-close* – A figura humana é enquadrada dos ombros para cima. Permite alta dramacidade e pode servir também como forma de revelar o pensamento do personagem.

^{19,20} Disponível em: <<http://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/enquadramentos-planos-e-angulos/>>. Acesso em abril 2014.

Plano Detalhe – A câmera enquadra uma parte específica do personagem ou algum objeto. Proporciona alto impacto emocional e visual e complementa a narrativa ao se destacar algo essencial da cena.

Em relação à altura do ângulo, são três posições fundamentais:

a)



b)



FIGURA 18 – a) Ângulo Normal

b) Plongée

Fonte: Endereço Eletrônico Primeiro Filme²¹

Ângulo Normal – quando está no nível dos olhos da pessoa que está sendo filmada. É comumente utilizada e apresenta uma perspectiva natural, não havendo nenhuma significação especial.

Plongée (palavra francesa que significa mergulho)/Câmera Alta – quando a câmera está acima do nível dos olhos, voltada para baixo. Este enquadramento minimiza o personagem, demonstrando também o predomínio da ação sobre os personagens.



FIGURA 19 – Contra-Plongée – Fonte: Endereço Eletrônico Primeiro Filme²²

^{21,22} Disponível em: <<http://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/enquadramentos-planos-e-angulos/>>. Acesso em abril 2014.

Contra-*Plongée* (com o sentido de “contra-mergulho”)/Câmera Baixa – quando a câmera está abaixo do nível dos olhos, voltada para cima. Aumenta a estatura e a importância do personagem.

Em relação ao lado do ângulo, são quatro posições fundamentais:

a)



b)

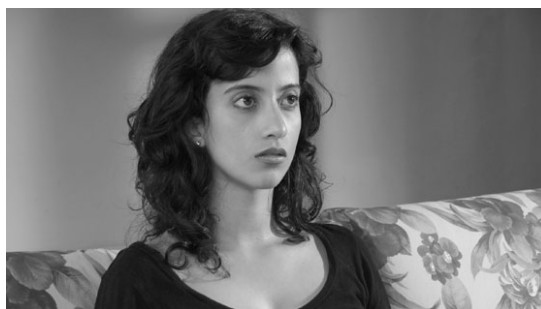


FIGURA 20 – a) Frontal

b) 3/4

Fonte: Endereço Eletrônico Primeiro Filme²³

Frontal – a câmera está em linha reta com o nariz da pessoa filmada.

3/4 – a câmera forma um ângulo de aproximadamente 45 graus com o nariz da pessoa filmada. Essa posição pode ser realizada com muitas variantes.

a)



b)



FIGURA 21 – a) Perfil

b) De Nuca

Fonte: Endereço Eletrônico Primeiro Filme²⁴

Perfil – a câmera forma um ângulo de aproximadamente 90 graus com o nariz da pessoa filmada. O perfil pode ser feito à esquerda ou à direita.

^{23,24} Disponível em: <<http://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/enquadramentos-planos-e-angulos/>>. Acesso em abril 2014.

De Nuca – a câmera está em linha reta com a nuca da pessoa filmada.

A combinação do plano, da altura do ângulo e do lado do ângulo determinará o enquadramento. A próxima página dois exemplos:

a)



b)



FIGURA 22 – a) Meio primeiro plano, contra-plongée, 3/4

b) Primeiríssimo plano, normal, 3/4

Fonte: Endereço Eletrônico Primeiro Filme²⁵

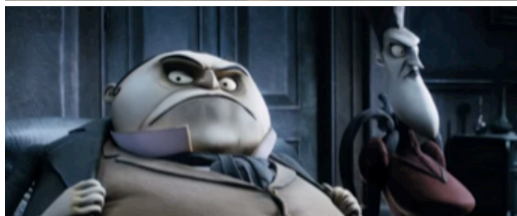
O designer de produção por estar presente desde a pré-produção de um filme é a pessoa que, depois do diretor, mais compreende a visão artística do filme. Como há diretores que não se envolvem com questões ligadas à direção de arte por terem pouco senso de visualização, o designer tem a liberdade de conceber a parte visual do filme de acordo com o seu pensamento sobre o roteiro. Em caso de diretores com forte senso visual, o designer recebe desenhos dos diretores que ilustram suas ideias sobre o filme e a partir deles o designer detalha mais os cenários. Diretores como Wes Anderson, Nicolas Winding Refn, Tim Burton e Quentin Tarantino, já possuem uma linguagem muito própria replicada em seus filmes, sendo facilmente reconhecida. Esses diretores geralmente dirigem, escrevem, produzem e ajudam na direção de arte. Na página seguinte apresenta-se brevemente a linguagem desses diretores.

²⁵ Disponível em: <<http://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/enquadramentos-planos-e-angulos/>>. Acesso em abril 2014.

a)



b)



c)

d)

FIGURA 23 – a) Dirigido por Wes Anderson conhecido pelo seu estilo visual de cores fortes, personagens incomuns e cenários minimamente compostos. – Fonte: *Still* do filme A Excêntrica Família Tenenbaum

b) Dirigido por Nicolas Refn, seus filmes possuem uma preocupação maior com a iluminação e retratam a violência de forma inusitada. O diretor preocupa-se também com o uso das cores, principalmente do azul. – Fonte: *Still* do filme Drive

c) Dirigido por Tim Burton no qual a maioria dos seus filmes retratam ambientes sombrios com personagens bastante estilizados seguindo a sua linguagem de desenho. – Fonte: *Still* do filme A Noiva Cadáver

d) Dirigido por Quentin Tarantino que reencena filmes antigos e seleciona muito bem a trilha sonora de seus filmes. A câmera baixa é bastante utilizada por ele, criando um certo suspense sobre o que os personagens estão vendo. – Fonte: *Still* do filme Bastardos Inglórios.

Com uma maneira peculiar de fazer filmes, Wes Anderson nos apresenta personagens excêntricos que dialogam, agem e se vestem de maneira inusitada em um universo muito semelhante ao real, mas com características que causam um certo estranhamento. Ele possui um trabalho que merece ser estudado ao se falar de composição de uma cena.

O que faz o seu trabalho ser tão memorável e facilmente reconhecido são os detalhes do projeto de produção. A utilização de cores fortes, figurinos vintage, padronagens e vários adereços em seus cenários faz com que os filmes de Wes Anderson sejam bastante excêntricos.

Diferente de muitos filmes que utilizam a cor para representar mudanças emocionais da narrativa, Wes Anderson parece utilizá-las como elementos que representam personagens, sendo que cada personagem utiliza sempre a mesma paleta de cor e o mesmo estilo de vestimenta, praticamente não trocando de roupa durante o filme.



FIGURA 24 – Percebe-se que a roupa da personagem é a mesma de quando ela era criança. O do personagem mostra, através do terno, que ele já faz parte do mundo adulto, mas ainda ligado a sua infância, por ainda se prender a um elemento que ele usava quando criança. – Fonte: Endereço Eletrônico FilmCaptures²⁶

Seu cuidado e trabalho com a utilização das cores proporciona um visual bastante interessante e atrativo.



FIGURA 25 – Filme Os Excêntricos Tenenbaums – Fonte: Endereço Eletrônico FilmCaptures²⁷

As cenas nas quais os personagens estão de frente para a câmera são maravilhosamente compostas, meticulosamente posicionado, dando uma dramaticidade a mais na composição. A simetria é ponto forte em seus filmes.

^{26,27} Disponível em: <<http://www.filmcaptures.com/the-royal-tenenbaums/>>. Acesso em abril 2014.



FIGURA 26 – a) Filme A Excêntrica Família Tenenbaums

b) Filme O Fantástico Senhor Raposo

c) Filme Moonrise Kingdome

Fonte: Video Wes Anderson Centered ²⁸

Wes Anderson aprecia colocar todos os personagens executando alguma ação de fundo enquanto ocorre a ação principal. Do mesmo modo que ocorre na vida real, onde aqueles que não estão participando da conversa continuam normalmente suas vidas. Isso enriquece bastante a composição da cena, valorizando e muito os cenários criados meticulosamente pela equipe de Wes Anderson, já que nossos olhos acompanham todas as ações que ocorrem em uma cena.



FIGURA 27 – Filme A Vida Marinha com Steve Zissou – Fonte: *Still* do filme

²⁸ Disponível em: < <https://vimeo.com/89302848>>. Acesso em abril 2014.

Os filmes são repleto de cortes secos, apresentam movimentos de câmera bastante evidentes e dignos de admiração. Os movimentos são rápidos e acompanhando a ação dos personagens quando estes correm, apontam, assustam-se ou andam em direção à alguém. A câmera passa para o observador a mesma sensação da visão dos personagens sem se utilizar da câmera subjetiva. Câmera alta e planos abertos também são bastante utilizados por ele.

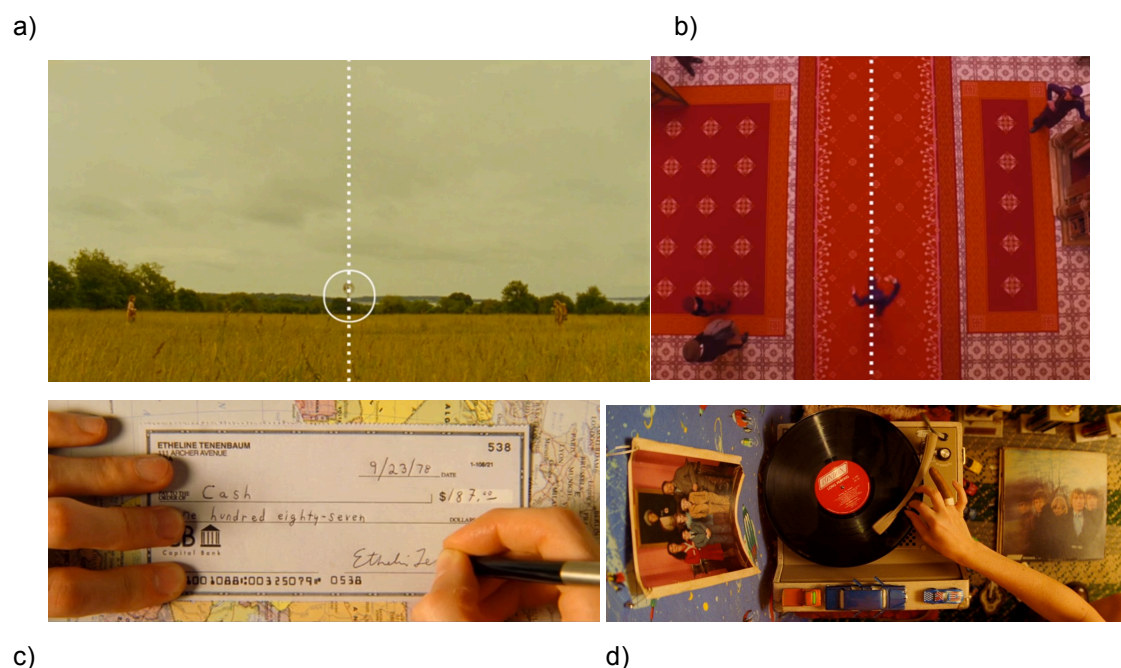


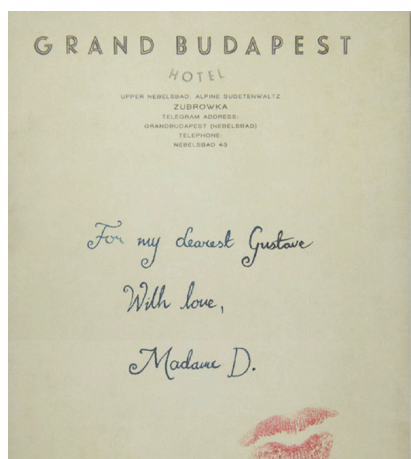
FIGURA 28 – a) Filme Moonrise Kingdom
b) Filme O Grande Hotel Budapeste
c), d) Filme A Excêntrica Família Teenambaus

Fonte: Endereço Eletrônico FilmCapture²⁹

Nota-se uma preocupação com as fontes utilizadas durante o filme. Wes Anderson utiliza nos créditos a fonte Futura, tipografia esta que virou sua marca registrada. O cuidado ao selecionar a letra utilizada em seus objetos de cena (produtos, placas e fachadas) persiste de filme para filme. Não se pode esquecer que qualquer elemento que aparece na tela passa a fazer parte da composição, se tornando um elemento visual com significado. É necessário então um cuidado também com a escolha dela.

²⁹ Disponível em: <<http://www.filmcaptures.com/the-royal-tenenbaums/>>. Acesso em abril 2014.

a)



b)



c)

FIGURA 29 – a), c) Adereços do filme “O Grande Hotel Budapeste” – Fonte: Endereço Eletrônico IdeaFixa³⁰

b) Créditos iniciais de “A Excêntrica Família Tenenbaums” – Fonte: *Still* do filme

Wes Anderson surpreende o espectador mostrando diferentes pontos de vistas que se consegue a partir de uma imagem. Isso é algo que deve sempre ser buscado pelo designer de produção.

a)



b)



FIGURA 33 – a) Barco seccionado de forma inusitada mostrando cada repartição e personagem do navio – Fonte: *Still* do filme A Vida Marinha com Steve Zissou

b) Visão centralizada utilizando câmera subjetiva permitindo que o espectador se sintá dentro do barco, cena do filme Moonrise Kingdom –Fonte: Video Wes Anderson Centered³¹

Analisando diretores que possuem uma linguagem própria, é possível um entendimento melhor dos recursos disponíveis. Isso acontece devido à repetição de algumas estratégias dos diretores.

³¹ Disponível em: <<http://www.ideafixa.com/porque-todo-mundo-ama-o-wes-anderson-pelos-detalhes/>>. Acesso em abril 2014.

O trabalho do designer é encontrar e desenvolver uma aparência que funcione perfeitamente com a história do filme e que não se parece com nada que foi feito antes. Por isso, não se pode ter um estilo pessoal.

Até agora só se abordou o Design de Produção no Cinema, mas, mesmo havendo diferenças relacionadas a parte técnica e formatos de produção, o encontramos também na TV, no teatro, propagandas e videoclipes. Esses outros meios citados permitem um emprego fixo, diferente do Cinema, que se trabalha como autônomo. Na TV há novelas, seriados, programas de auditório e *reality shows* que também pedem por design, seja ele uma cópia do real, seja mais estilizado.

O designer de produção tem um processo semelhante ao de um arquiteto, concebendo, desenhando e construindo. A diferença essencial está no fato de que a construção feita pelo designer existe apenas durante a filmagem, podendo ser destruída assim que a câmera filmar o necessário. A praticidade e a durabilidade não são pontos cruciais do design, diferente da arquitetura. O Orange County's Saddleback College convidou o Designer de Produção John Janavs para falar um pouco sobre o papel deste profissional na televisão. Ele é formado em arquitetura e entrou por acaso em programas de TV. John diz que construir cenários para TV é a coisa mais criativa que se pode fazer como designer porque se pode fazer 10, 20, 30, cenários em um ano, havendo inúmeras possibilidades criativas na concepção, podendo tentar até coisas mais arriscadas, o que já não se pode fazer na arquitetura.

John Janavs, em sua palestra, forneceu algumas dicas que ele gostaria de ter ouvido quando estava se profissionalizando na área. Serão citadas a maioria neste texto. Primeiramente, é necessário que se descubra quais são suas qualidades, assim você conseguirá se encaixar nos locais certos, fazendo carreira em áreas que fornecerão habilidades mais específicas para você.

No início, por ser jovem, não há uma preocupação com o dinheiro, mas com 10 anos na área, se quer estar em um lugar que permita ter flexibilidade para seguir com a vida, então é interessante saber o valor que cada um desses tipos de programas oferece. O valor não engloba apenas o

pagamento, é bom estar ciente do estresse que pode causar, do desafio criativo que se tem e do estilo de vida que permite que você tenha. Nos Estados Unidos, programas de música e de premiações são os que permitem maior liberdade criativa e comerciais são os que dão mais dinheiro (porém este último é o que tem maior nível de estresse). Programas que só imitam a realidade (seja construindo uma sala, uma cozinha) são menos criativos, podendo tornar-se entediantes. Para entrar em qualquer uma dessas áreas na TV, ele aconselha descobrir quem é o designer do programa e ir atrás dele até ter uma chance de trabalhar junto.

Para John Janavs, as ferramentas necessárias para um bom design são: Luz; Cor; Textura e Primeiro plano, Médio plano e Fundo. Não se consegue criar um bom cenário se excluir um deles.

A Luz:



FIGURA 34 – A luz ilumina, fornece textura e participa na composição – Fonte: Endereço Eletrônico ArtDepartament ³²

A Textura:



FIGURA 35 – Olhe um material ou uma forma além do que ele é e considere o que mais ele poderia ser. John utilizou um material translúcido que é usado em teto de escritórios para dar textura ao chão do cenário. – Fonte: Endereço Eletrônico ArtDepartament ³³

^{32,33} Disponível em: <<http://artdepartmental.com/2011/12/13/the-art-of-reality-television-production-design/>>. Acesso em fev. 2014.

Primeiro plano, médio plano e fundo:

Para John, é interessante que se crie cenários que trabalhem com camadas. Além de aumentar a sensação de espaço, permite-se que a câmera ande pelo cenário, gerando novas alternativas de enquadramento sendo interessante para os atores que participam do programa. A utilização de portas, janelas e espelhos aumentam a aparência do tamanho do cenário e também o torna um ambiente mais verossímil.

Judy Rhee, que trabalha tanto para filmes quanto para TV, tem o mesmo pensamento sobre trabalhar com camadas.

Eu tento usar o máximo de efeito de camadas que eu conseguir, não importa no que estou trabalhando... Seja em projetos arquitetônicos, cenários (pintura) e desenhos de roupas. Tudo isso ajuda a criar profundidade e dimensão. Mesmo se você estiver filmando com grande angular um cenário de duas paredes ou um quarto pequeno, sempre há muitas oportunidades de introduzir camadas. É sempre bom ter várias opções de ângulos para filmar no cenário. *(tradução do autor)*³⁴ (Judy Rhee, em entrevista a Pushing-Pixels)

Essa preocupação com primeiro plano, médio plano e o fundo da cena, assim como utilização da luz e textura dita por Janavs, é bastante vista nos trabalhos de Judy. De fato vemos uma produção muito mais interessante que passa uma sensação muito mais diferente ao público. As imagens da próxima página são do filme “Um Beijo Roubado” (*My Blueberry Nights*, 2007, Hong Kong/China/França) dirigido por Wong Kar-Wai.

³⁴ Judy: I try to use as much of the “layering” effect as I can no matter what I’m working on... Architecturally, scenically (painting) and set-dressing. It all helps to create depth and dimension. Even if you’re shooting with a long lens, a two-wall set or a tiny room, there are many opportunities to introduce layers. It’s always good to have many options of angles to shoot the set.



FIGURA 36 – Filme “Um Beijo Roubado” – Fonte: Endereço Eletrônico Pushing-Pixels³⁵

Quando se projeta para programas que pedem ambientes mais realísticos, como reality-shows e programas de culinária, tem que se criar algo que seja fantástico e ao mesmo tempo pareça real.



FIGURA 37 – Cenário projetado por John Janavs – Fonte: Endereço Eletrônico ArtDepartament³⁶

Um cenário é criado pensando no ângulo da câmera que o programa utilizará. O designer tem que saber quanto de um cenário ou locação o diretor ou o diretor de fotografia quer mostrar. Isso também é determinado pela lente escolhida (o diretor prefere ângulos abertos ou gosta

³⁵ Disponível em: <<http://www.pushing-pixels.org/2012/09/07/the-craft-of-art-direction-conversation-with-judy-rhee.html>>. Acesso em fev. 2014.

³⁶ Disponível em: <<http://artdepartmental.com/2011/12/13/the-art-of-reality-television-production-design/>>. Acesso em fev. 2014.

de close-ups?). Ele gosta de movimentos de câmera? Se algo é mudado, tem que dar um jeito de melhorar o cenário para aquele novo ângulo proposto, já que tudo é construído pensando no que será mostrado na tela.

John diz que o designer deve aceitar qualquer absurdo que o cliente te peça: “Se alguém disser que a maneira mais adequada de se servir cerveja é através dos seios de uma Vênus: ‘Claro, sem problema. Faço agora.’ E você cria um sistema que permite isso e que de fato funcione.” (informação verbal traduzida)



FIGURA 38 – Escultura de Vênus criada com o intuito que se sirva cerveja pelos seios. – Fonte: Endereço Eletrônico ArtDepartment³⁷

Como já dito, o designer é também o responsável pelo cumprimento do orçamento. Qualquer projeto de design tem centenas de decisões para fazer que custam dinheiro, seja na compra de objetos, de materiais e de profissionais a serem pagos. Tem que sempre saber como manejar todo esse orçamento para não desequilibrar a produção. “O principal é manter o principal como principal. E pode soar banal e bobo mas é tudo sobre manter o principal no que se foi proposto” (*tradução do autor*) (Jeannine Oppewall, em entrevista ao Endereço Eletrônico Pushing-Pixels)³⁸.

Geralmente o dinheiro disponível não é o suficiente e o fato do designer conseguir alternativas que o faz não extrapolar o orçamento não é reconhecido pelo cliente. Para ele, o que importa é o resultado final que você

³⁷ Disponível em: < <http://artdepartmental.com/2011/12/13/the-art-of-reality-television-production-design/>>. Acesso em fev. 2014.

³⁸ *The main thing is to keep the main thing the main thing. And it sounds trite and silly but it's all about keeping the big picture in the picture.*

atingiu e que tem que ser ótimo. Você não cria algo apenas para o espectador, cria também para a pessoa que está te contratando, então tem que conseguir agradá-lo. Eles não sabem muito bem o que querem, só sabem quando você mostra. Então, em muitas das vezes, tem que se criar apresentações fortes para que o projeto seja aceito. Criando algo que você acredita é mais fácil de vender a sua ideia. O último conselho em relação a clientes é que não se deve mostrar o projeto enquanto ele não estiver finalizado.

John diz que “há sempre tempo suficiente para fazer algo melhor. Caso algo não tenha ficado do seu agrado, você tem que pensar que sempre tem tempo para arrumar.”; “Nada é impossível. Sempre há muitas maneiras de se atingir a mesma coisa, você só tem que permitir e tentar algo menos familiar.” (informação verbal traduzida)

Sua última dica diz: “Se poupe de confusões, faça mudanças quando necessário.” (informação verbal traduzida)

Quando for preciso tirar alguém da sua equipe, tire. Se ele não está contente naquele trabalho, peça para se afastar e depois vocês voltam a fazer outro trabalho. [...] você vai criando ligações e as pessoas permanecem na sua equipe. Você confia no trabalho delas e com a equipe certa o resultado sai melhor. [...] Descubra onde cada funcionário trabalha melhor. (informação verbal traduzida)

O designer também é responsável pelo gerenciamento de sua equipe e, como um líder, ele precisa conhecer a habilidade de cada pessoa para enquadrá-las na melhor função. É necessário também saber quando alguém não está mais cooperando com a equipe. Lisa Hall em entrevista para o endereço eletrônico Art Department diz que, como líder, você tem que saber que sua equipe pode ficar exausta devido as condições de se trabalhar em um cronograma muitas das vezes apertado. É difícil manter a equipe com uma produção de qualidade quando eles estão exaustos.

6. APLICANDO O APRENDIZADO NA TÉCNICA DE *STOP-MOTION*

Em essência, o trabalho do designer de produção em um filme de *live-action* e em uma animação é bastante semelhante, em ambos se interpreta o roteiro e o transforma em algo visual que atinja a narrativa esperada pelo diretor. Uma animação é capaz de criar um universo mais consistente e estilizado, já que tudo nele é criado praticamente do zero, seja fisicamente, seja digitalmente. O estilo pode variar de uma forma cartoon à algo mais realista ou então algo altamente estilizado. O público alvo do projeto e o roteiro é que vai influenciar na direção de arte do projeto.

Para mostrar como os conhecimentos e os métodos adquiridos no design de produção em *live-action* também podem ser utilizados em uma animação de *stop-motion*, será apresentado abaixo a produção de um videoclipe feito por mim, Laira Ávila, juntamente com João Victor de Oliveira, ambos designers gráficos formados pela Universidade Estadual de Minas Gerais, para a banda Cérebro Eletrônico.

Como dito anteriormente, o roteiro, o orçamento e o cronograma são pontos iniciais para o desenvolvimento do design de produção. Como se trata de um videoclipe, o nosso roteiro estava apresentado na sonoridade da música e em sua letra. A música ao qual o projeto foi desenvolvido chama-se “Os Dados Estão Lançados” (4:19), composição de Tatá Aeroplano e Fernando Maranhão. Sua letra encontra-se abaixo:

No carro, os dois calados/ Você soltou do nada
Que estava afim de mim/ e muito mais

Eu do teu lado quieto/ Fiquei lisonjeado
Mas estou prometido para ser também/ dos outros

No dia da minha festa/ Você ficou com outra
Mas antes veio me pedir permissão

Te concedi na boa/ Com a cabeça em Vênus
Pensando logo menos eu vou com vocês/ Pra cama

Os dados estão lançados, linda/ Eu vou jogar

Meu deus está a solta/ Eu vou me endiabrar
Os dados estão lançados, linda/ Eu vou jogar
Enquanto Deus calar a boca/ Eu vou falar

Meu lado pervertido/ O outro santo adicto
Minha filosofia não deu pé

Freud está morto disse/ O mestre Lars Von Trier
O inferno está cheio de divãs

O céu parece intacto/ Virgem impenetrável
Baby, já não existe o bem e o mal

Refrão

Enquanto Deus calar a boca/ Eu vou usar o meu livre-
arbítrio

Deus é mais/ O diabo é menos
O homem é mais ou menos

A música possui um caráter moderno e um tom lúdico que funcionaria com o uso de uma linguagem atual e colorida. Escolheu-se então utilizar o *stop-motion* como técnica principal e o uso do *motion graphics*³⁹ como suporte na criação de movimentos mais dinâmicos que seriam mais trabalhosos de se conseguir no *stop-motion*. O material escolhido para a produção dos cenários e objetos de cena foi o papel, devido qualidade tátil e lúdica que se conseguiria com ele, utilizando-o como dobraduras para criar objetos de corpos geométricos e com volume. Como se queria criar um universo exclusivo, os cenários foram todos produzidos, não se utilizando de locações reais. A escolha do papel como material diminuiria os custos de produção, mas envolveria mais trabalho da equipe. Como o resultado atingido com a técnica seria gratificante, devido a seu resultado estético, aceitou-se trabalhar mais. Na próxima página encontra-se imagens do estilo gráfico escolhido.

³⁹ A tradução do termo é “grafismo em movimento”. Oriundo do termo “*motion graphics design*”, também conhecido como “*motion design*”. *Motion Graphics* é o ato de dar movimento à formas gráficas. São animações que mesclam conceitos de Design com Cinema.

a)



b)



FIGURA 39 – Pranchas de referências do estilo de linguagem a ser trabalhado no projeto;

a) trabalhos de Alex Faca; b) trabalhos de Hattie Newman

O orçamento destinado à produção do videoclipe foi de 10 mil reais, sendo que disponibilizaríamos até 800 reais para gastos de produção, transporte e alimentação. O prazo para a produção do projeto foi de 3 meses e meio, dividimo-os em: 1 mês para a criação do storyboard, 1 mês para a produção do cenário e 1 mês para a animação e pós-produção. Restando 15 dias para qualquer contra-tempo que pudesse surgir. Aos olhos de leigos, ou iniciantes como eu e o João, o prazo e o orçamento disponíveis eram bastante motivadores, pareciam ideais. Mas durante a produção, vimos que não. Como foi citado por muitos profissionais durante as entrevistas, o orçamento nunca é o suficiente, a produção é muito corrida e o trabalho, em seus últimos dias, passa a ser exaustivo devido a tentativa de se cumprir os prazos. O primeiro mês, o de storyboard, não dedicamos nossas vidas exclusivamente a este trabalho, estávamos realizando outras coisas em paralelo, mas nos 2 meses seguintes foi necessário focar somente na produção do videoclipe. O único salário que estávamos recebendo portanto era o desse projeto, o que nos faz pensar que o dinheiro a se receber deveria ser no mínimo capaz de custear nossos gastos mensais, sendo que o ideal seria um que nos fornecesse ainda um lucro, o que o projeto no final não forneceu. Hoje, ainda com pouca experiência, vejo que esse projeto deveria custar no mínimo 22 mil reais, isso levando em consideração uma equipe de apenas 2 pessoas e considerando aluguel de equipamentos (o que não ocorreu no nosso caso, utilizamos da

estrutura física e do equipamento de iluminação de nossa antiga faculdade, a UEMG, para diminuir os custos).

Devido ao nível de complexidade deste videoclipe, à verba destinada à produção e aos conhecimentos que nós temos adquiridos, optamos por exercer as atividades de diversos profissionais ao mesmo tempo, não chegando a atuar exclusivamente como Designers de Produção. Nós fomos os diretores, os criados de story-board, os roteiristas, os diretores de arte, os produtores de objetos, os diretores de fotografia, os animadores, os pós-produtores, os moto-boys e os funcionários do café e da limpeza. Portanto este relato em alguns momentos acaba mesclando com algumas dessas funções, principalmente com a do diretor, sendo difícil separá-las. Mas tento focá-las no pensamento de Design de Produção.

O primeiro passo tomado para a produção do videoclipe foi a visualização dos diferentes momentos que a música transmitia, assim poderíamos desenvolver o *storyboard*. O *storyboard* aqui, funciona como as maquetes de papel e desenhos 3D realizados pelos profissionais de live-action, é a forma de visualização da animação. Dividimos os 4 minutos e 19 segundos da música de acordo com suas mudanças de ritmo e expressividade, visualizamos cada momento e fomos atrás das mais diversas referências que permitissem que desenvolvêssemos cada cena de nossa narrativa. Procuramos também por movimentos em *stop-motion* que permitissem envolver nossos objetos de cena em uma composição mais dinâmica para torná-la mais atrativa, mas sempre lembrando do nosso prazo curto para grandes movimentos de animação. Com as cenas definidas, listou-se e se criou os objetos que seriam necessários durante a etapa de produção.

Como a animação foi criada para um cliente, que geralmente não tem as mesmas capacidades de abstração dos profissionais da área criativa, era necessário que se criasse um *storyboard* que permitisse a visualização de modo bastante aproximado do que estávamos planejando para o videoclipe. O *storyboard* precisava então ser bastante didático sendo capaz de retratar os movimentos e de transmitir o modo que cada cena seria narrada. O *stop-*

motion tem um desafio maior no *storyboard*, visto que o resultado final da peça é uma forma 3D que proporciona volume, textura e uma sensação tátil que não é vista em um 2D apresentado nos storyboards, então é interessante apresentar também alguns vídeos de referências aos clientes.

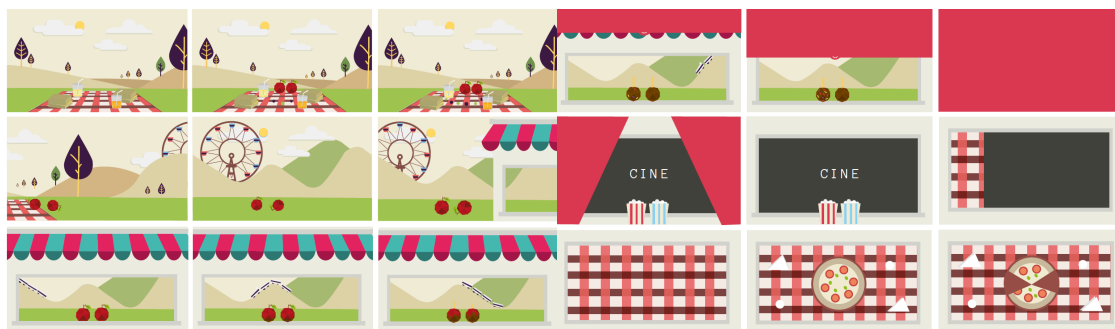


FIGURA 40 – Prancha de *storyboard* do videoclipe “Os Dados Estão Lançados”

A música inicia-se de uma forma lúdica e divertida, utilizando apenas instrumentos musicais. Notou-se que esse momento (juntamente com o segundo momento da música) combinaria com a ideia de um casal passando o dia juntos, iniciando em um picnic, indo à um parque de diversão, ao cinema, ao restaurante e por fim, indo embora juntos de carro. Optou-se por utilizar objetos para representar os personagens da narrativa ao invés de figuras humanas, assim proporcionava uma abordagem diferenciada ao videoclipe e mais fácil em termos de animação. Duas maçãs do amor, duas pipocas, dois guardanapos, dois pedaços de pizzas sendo comidos em lados opostos; elementos em par, para retratar um casal.



FIGURA 41 – *Still* do videoclipe “Os Dados Estão Lançados”

A cena do parque de diversão proposto no *storyboard* a cima teria uma montanha russa e uma roda gigante se movimentando durante o

percurso das maçãs, mas devido ao tempo e sua complexidade retiramos da cena. Em troca, adicionamos novos ângulos na narrativa. John Janavs e Judy Rhee, ao aconselharem a utilização de camadas, fornecem uma informação que, sendo utilizada, é capaz de enriquecer a cena, dar profundidade e permitir a exploração de novos enquadramentos através da câmera.

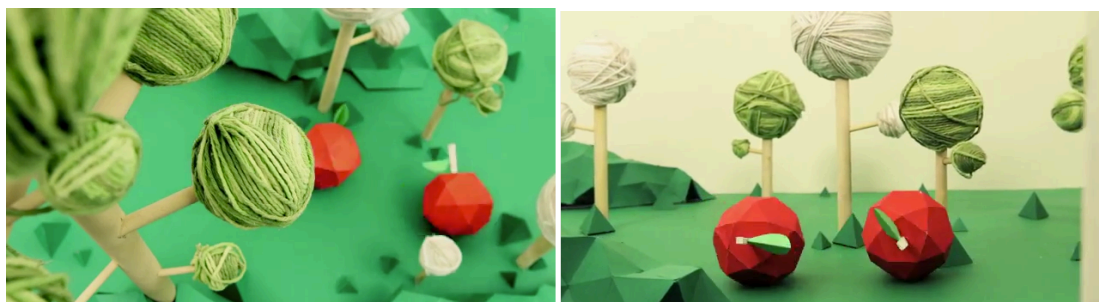


FIGURA 42 – *Still* do videoclipe “Os Dados Estão Lançados”

A cena de transição da barraca da maçã do amor, para o cinema, seguido do restaurante foi criada com o intuito de fornecer maior dinamicidade utilizando de um estilo de animação de *stop-motion*. Foi necessário a construção de uma estrutura específica para esta cena, como pode ser vista abaixo:

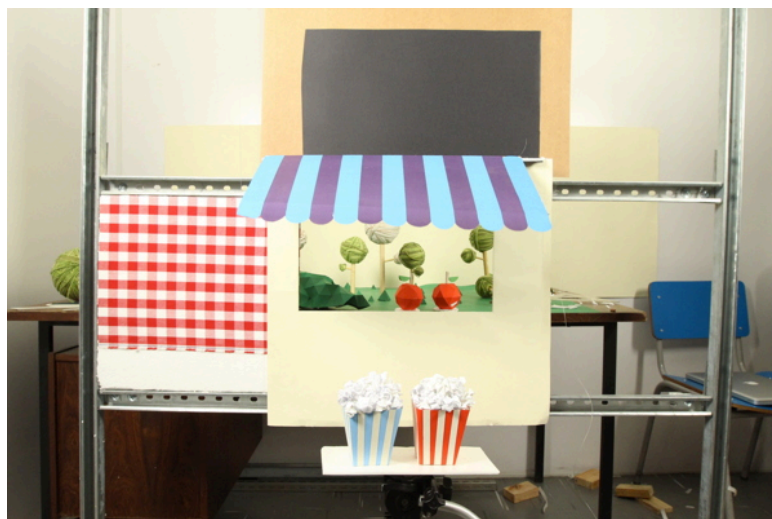


FIGURA 43 – Foto de *making-of* da produção do videoclipe “Os Dados Estão Lançados”

O papelão e o toldo da barraquinha estão suspensos por um fio de nylon, permitindo que sejam puxados para se movimentarem. O tecido vermelho, que representa a mesa do restaurante, está sobre um isopor

encaixado na estrutura ferro, conseguindo se deslizar sobre a cena, ficando atrás da barraquinha. As pipocas estão em um tripé que possui alavanca, assim pode ser levantado a cada quadro fotografado. Com essa estrutura montada exclusivamente para atender os desejos da cena, foi possível movimentar cada cenário e concluir a gravação da cena.

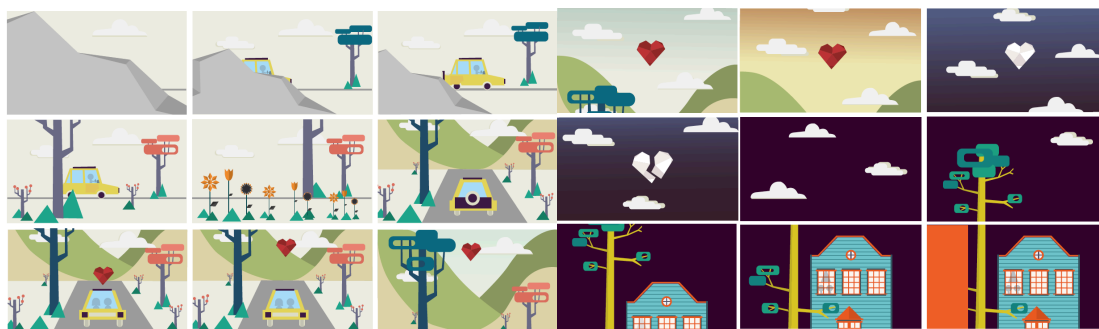


FIGURA 44 – Prancha de storyboard do videoclipe “Os Dados Estão Lançados”

Neste momento do *storyboard* a música diz:

No carro, os dois calados/ Você soltou do nada/ Que estava afim de mim e muito mais/ Eu do teu lado quieto/ Fiquei lisonjeado/ Mas estou prometido para ser também [há uma leve pausa seguido de um som que remete a algo movimentando para baixo] dos outros

A letra da música transmite a ideia de que o rapaz em questão também estaria interessado na moça que se declara para ele, daí a ideia do coração subir, de ir para as nuvens, como se sentem os apaixonados. Mas a pausa e a negação do rapaz, juntamente com o som proporcionado pela música de alguma movimentação para baixo, fez com que visualizássemos o coração se quebrando nesta cena.

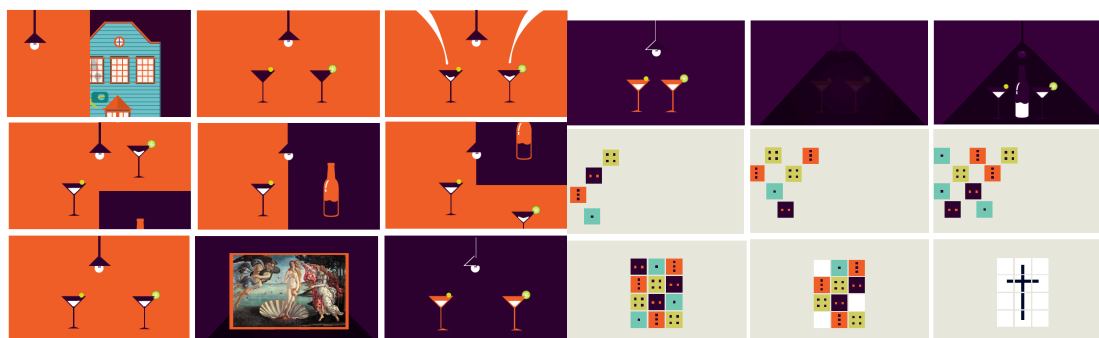
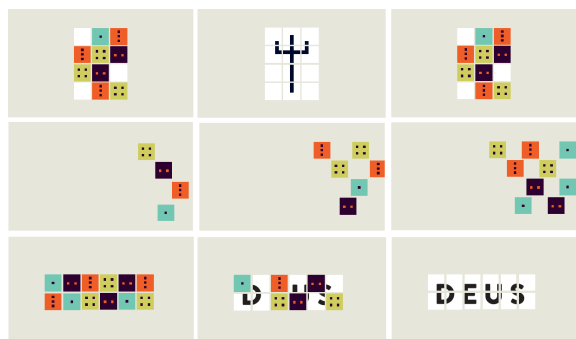


FIGURA 45 – Prancha de storyboard do videoclipe “Os Dados Estão Lançados”

No dia da minha festa/ Você ficou com outra/ Mas antes
veio me pedir permissão/ Te concedi na boa/ Com a
cabeça em Vênus/ Pensando logo menos eu vou com
vocês/ Pra cama

Utilizou-se de duas taças de bebida para remeter às duas moças e uma longneck para ao rapaz. Inicialmente elas estão conversando e a moça se interessa pela outra, mas vai pedir permissão ao rapaz antes de se envolver com ela. Aqui utilizou-se um efeito na edição durante a pós-produção para transmitir a ideia de que a moça conversou com o rapaz e como não houve resistência da parte dele, voltou-se ao cenário inicial, com as duas moças conversando. Escolheu-se as cores laranja e azul marinho (a cor na versão final do videoclipe) de modo a atrair o olhar e brincar com a ideia da inversão de cores. Em um primeiro momento eles estão na sala (representado pela cor laranja) e depois no quarto (representado pela cor escura do azul marinho). A ideia dos três irem para a cama foi transmitida a partir do apagar da luminária, feito através da mudança da cor do papel de branca para azul escuro e da mudança das cores das taças e longneck de laranja para azul escuro. Aqui também utilizou-se de efeitos na pós-produção para enfatizar os desejos pedidos pela narrativa, um leve efeito de iluminação e escurecimento para representar a luz na narrativa.

a)



b)

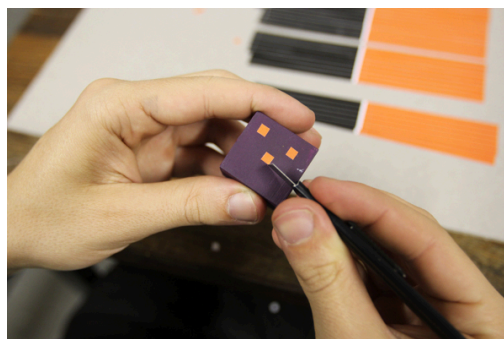


FIGURA 46 – a) Prancha de *storyboard* do videoclipe “Os Dados Estão Lançados”

b) Foto de *making-of* da produção do videoclipe “Os Dados Estão Lançados”

Os dados estão lançados, linda/ Eu vou jogar/ Meu deus
está a solta/ Eu vou me endiabrar/ Os dados estão/
lançados, linda/ Eu vou jogar/ Enquanto Deus calar a
boca/Eu vou falar

Para esta cena, criamos diversos dados feitos de madeira se movimentando na tela sendo vistos a partir de uma câmera alta, transmitindo a ideia de jogo mencionada na música. Os dados formam uma cruz para representar Deus e a partir dessa cruz se forma um tridente para representar o diabo, mostrando a ideia dual do homem que a música representa. No *storyboard*, a palavra Deus está representada como dados embaralhados, mas na versão final do vídeo, optamos por fazer os dados sumirem aos poucos com a palavra Deus, remetendo assim a sua omissão.

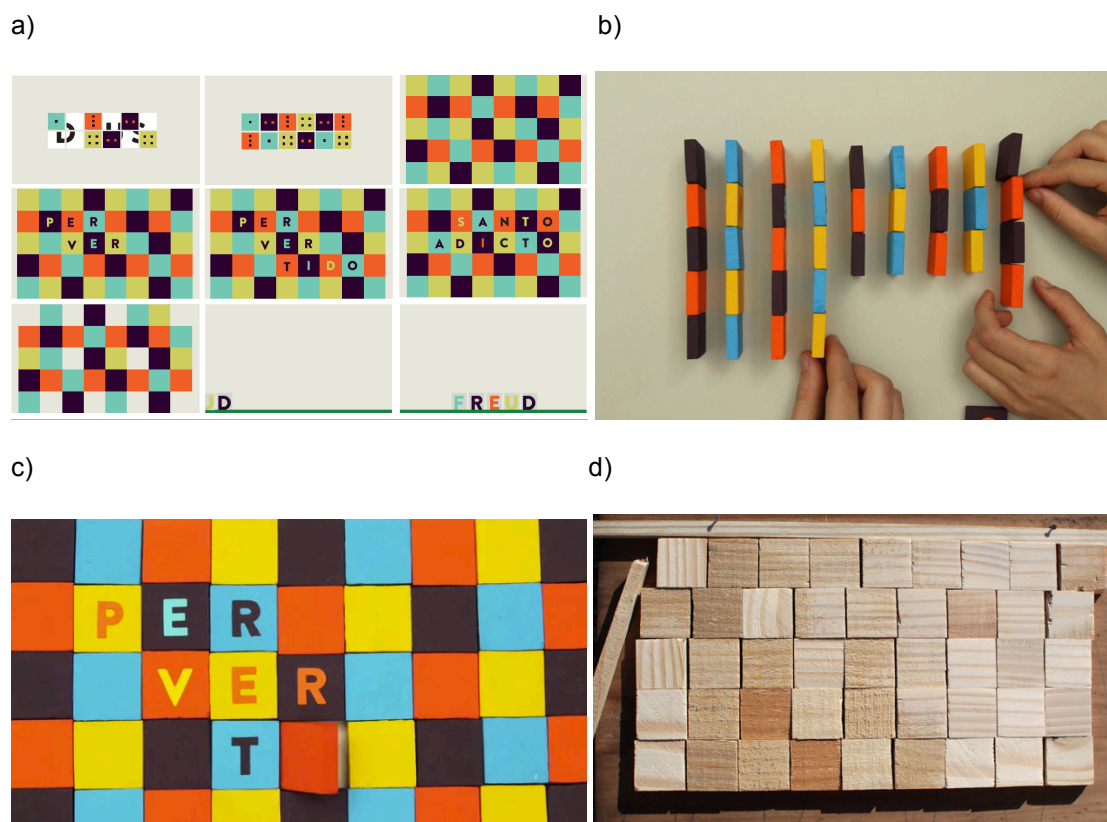


FIGURA 47 – a) Prancha de *storyboard* do videoclipe “Os Dados Estão Lançados”

b) Foto de *making-of* do videoclipe “Os Dados Estão Lançados”

c) *Still* do videoclipe “Os Dados Estão Lançados”

d) Utilizou-se madeira para fornecer textura a composição e facilitar a movimentação das peças

Meu lado pervertido/ O outro santo adicto/ Minha filosofia
não deu pé

Neste momento as letras vão surgindo aos poucos, revelando seus “lados” até formar as palavras “pervertido” e “santo adicto” representando mais uma vez a dualidade presente em um único ser.

Essa ideia de movimentação para a cena foi inspirada em um trecho do videoclipe “I L.O.V.E banana” do artista João Brasil criado pelo estúdio de Design Hardcuore:



FIGURA 48 – *Still* do videoclipe “I L.O.V.E Banana”



FIGURA 49 – Prancha de *storyboard* do videoclipe “Os Dados Estão Lançados”

Freud está morto disse/ O mestre Lars Von Trier/ O
inferno está cheio de divas/ O céu parece intacto/ Virgem
impenetrável/ Baby, já não existe o bem e o mal

Essa foi umas das cenas que mais tivemos dificuldade de visualizar, a letra não nos informava muita coisa, então acabamos sendo literais de um modo mais interessante. A morte de Freud é representada pela letras do seu nome caindo uma a uma em seguida descendo pela terra seccionada, podendo ser vista todas as camadas da terra até atingir o inferno.

narrativa, adicionando alguns elementos digitais e textura e cor para obter um efeito de transição de acordo com a sonoridade da música.

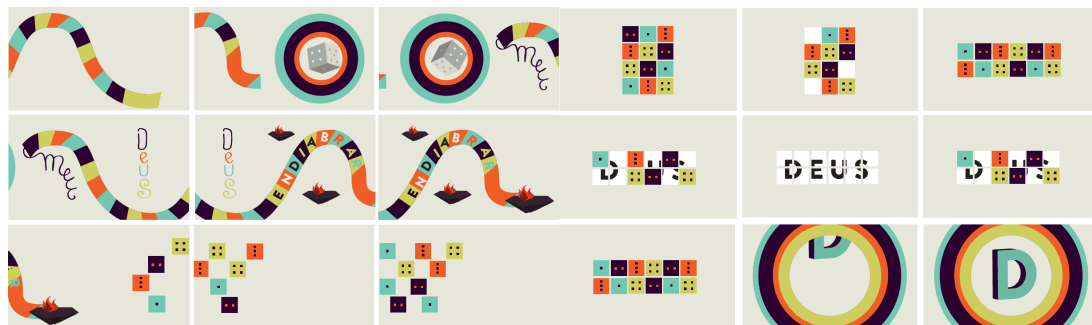


FIGURA 51 – Prancha de storyboard do videoclipe “Os Dados Estão Lançados”

Para a repetição do refrão foi proposto a cena acima, mas durante a produção vimos que seria melhor utilizar parte das cenas já criadas para pouparmos tempo devido ao cronograma que estava apertando nessa fase da produção.

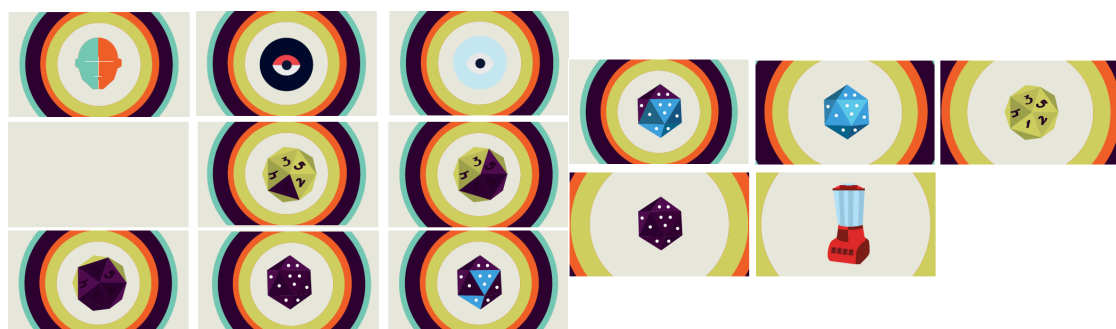


FIGURA 52 – Prancha de storyboard do videoclipe “Os Dados Estão Lançados”

Deus é mais
O diabo é menos
O homem é mais ou menos

Essa cena sofreu algumas modificações. Na versão final, a forma utilizada foi um losango ao invés de um círculo por proporcionar um acabamento melhor na hora de cortar o papel; retirou-se o liquidificador e os dados de vários números também devido ao prazo apertado que já estávamos. Mas o resultado final também transmitia a característica pedida pela música, o homem e sua dualidade. Utilizamos a letra D, um olho e um homem em azul pra representar Deus e em laranja, para representar o diabo.

A cada giro que uma dessas formas dava, outra forma era apresentada, primeiro em azul, depois em laranja representando a dualidade em um só ser.

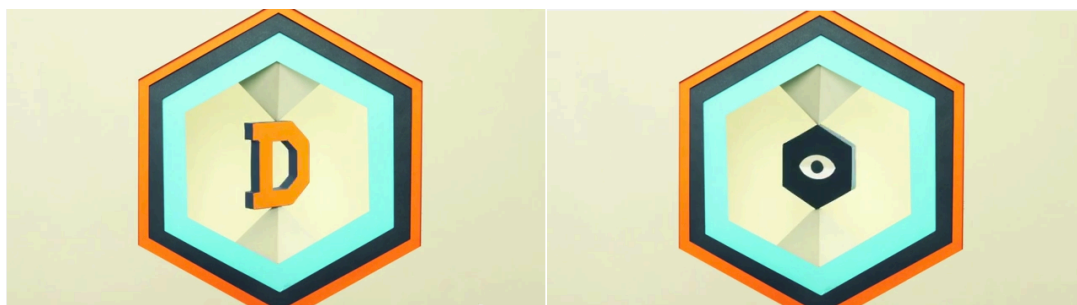


FIGURA 53 – *Still* do videoclipe “Os Dados Estão Lançados”

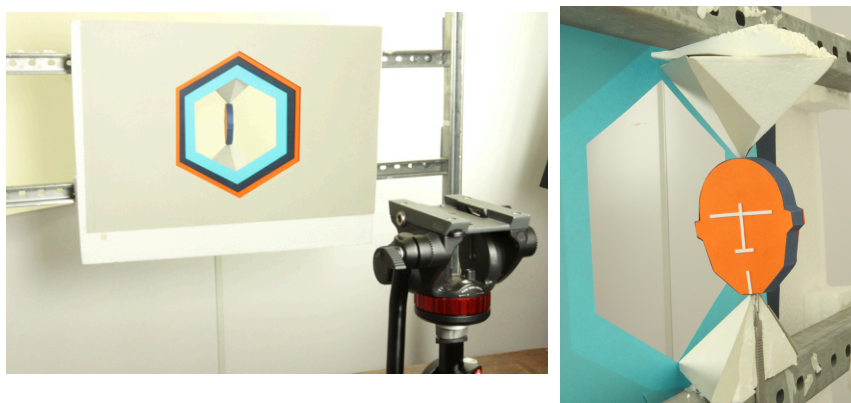


FIGURA 54 – *Making-of* do videoclipe “Os Dados Estão Lançados”. Foi necessário a criação de uma estrutura própria para essa cena que permitisse o giro dos objetos.

Apesar do *storyboard* ter sofrido mudanças durante a produção (como mudança da cor do papel, criação de novas cenas, propostas de novos ângulos, novas animações e retirada de cenas), o fato de termos destinado um tempo maior nele detalhando-o e já tendo suas cores definidas ajudaram bastante durante a produção, melhorando o nosso desempenho. Como alguns designers de produção mencionaram em entrevistas, o ideal é iniciar a filmagem apenas quando tudo já está 100% definido, mas visualizar todas as cenas perfeitamente é complicado, só quando colocado em prática, em seu ambiente físico, vemos que há mudanças que são necessárias de serem

feitas. Prazos e outros empecilhos que surgem no meio pedem mudanças que demandam jogo de cintura dos designers de produção.

7. COMO ATUAR NA ÁREA DE DESIGN DE PRODUÇÃO

A partir das leituras de entrevistas com profissionais do Design de Produção e sites da área foi possível criar uma lista do que seria preciso para iniciar na carreira. Vemos essas dicas abaixo:

Faça contatos.

É necessário que você construa sua reputação. Fale com pessoas, seja amigável, mostre empolgação, ajude-as como puder e tente sempre se apresentar como alguém que possui interesse na área de produção. Quanto mais pessoas você conhecer, maiores serão as oportunidades de conseguir o próximo trabalho.

Além de iniciar o contato, é necessário fortalecê-los. Com as redes sociais disponíveis, fica mais fácil, um pequeno comentário, o envio de algum artigo ou até mesmo um simples “curti” em algum post da pessoa já fará ela lembrar de você.

A maioria dos entrevistados pelo Pushing-Pixels iniciaram sua carreira das mais diferentes formas através de contatos que fizeram com pessoas da área, seja em uma conversa de mesa de bar, sendo indicado por pais de amigos ou conhecendo alguém que sabia de um trabalho que estava precisando de um designer.

Monte um portfólio.

Divulgue-o em redes sociais. Há endereços eletrônicos de portfólio online como o Behance que permite que cada projeto novo adicionado seja divulgado na rede social de sua preferência. Assim, contatos potenciais saberão o que você faz e seu nome pode ser mencionado caso alguém necessite do trabalho que você desenvolve.

Além de se apresentar para sua rede de conhecidos é interessante que envie seu portfólio para empresas e/ou profissionais que você admire ou imagine que necessite de seus serviços. Lisa Hall aconselha que se construa um portfólio com no máximo 10 páginas, sendo capaz de demonstrar todas as

suas qualidades, além da parte de desenho técnico, concept art, modelagem, você tem que ser capaz de oferecer algo que acrescente a equipe do profissional que você está mandando o portfólio. Tente demonstrar ao máximo suas habilidades, tanto em trabalhos manuais quanto em trabalhos digitais.

Aprenda com alguém mais experiente.

Isso irá melhorar sua qualidade de trabalho. Pode parecer difícil mas, talvez você consiga chamar a atenção de algum designer/diretor de arte se demonstrar interesse na área e apresentar seu portfólio e currículo. Mas não espere ser pago. Geralmente se faz muitos trabalhos sem pagamento até se tornar um designer de produção e demora anos até conseguir um trabalho maior, sempre documente tudo o que você faz através de fotos, isso ajudará a aumentar seu portfólio, mostrando-se apto para o trabalho.

Aceite qualquer trabalho que o permita iniciar no meio.

Tente trabalhar na área, seja na TV, no teatro, fazendo comerciais e videocliques ou então filmes independentes. Comece fazendo outras coisas em uma produção para você entender melhor o seu funcionamento, seja trabalhando no departamento de arte, fazendo o *making-of* da produção ou ajudando o produtor, mas esteja na equipe e fique sempre atento a tudo. Assim você aprenderá também a como trabalhar por longas horas, como evitar estresse e entender melhor a função de cada profissional na equipe. Fará mais contatos, aprenderá a lidar com diferentes tipos de personalidades e ganhará novas habilidades que serão úteis como designer de produção.

Trabalhar em grandes produções exige muita experiência na área, o que pode levar anos até que se consiga de fato ser o designer de produção, já trabalhando em filmes independentes ou em produções de estudantes, você poderá ter essa experiência.

Viver como designer de produção no início de carreira não é fácil, ainda mais quando se tem compromissos financeiros. A maioria dos designers iniciam com contratos irregulares e baixos salários. Em muitos casos se apresenta um *pitch* (uma abordagem de vendas) com desenhos detalhados

sobre sua visão do filme antes mesmo de ser contratado, correndo o risco de nem ser. Quando alguém quer que você trabalhe para eles, eles querem você na hora, você tem que estar pronto e disponível quando a oportunidade vier, fazendo com que você trabalhe em um ritmo muito rápido. É um trabalho bastante competitivo no qual não se pode contar com um salário fixo e pago em dia. Gerir a parte financeira de sua vida em uma profissão com estilo de vida tão instável pode deixá-lo confuso sobre os caminhos que você está seguindo. Manter a autoestima quando não se consegue projetos para trabalhar e encarar amigos e familiares quando não se tem dinheiro ao longo do mês pode ser bastante desmotivador. Se você continuar tentando, se esforçando, se divulgando e aumentando seu portfólio, clientes entram em contato e as chances de você conseguir fechar um trabalho aumentam.

CONCLUSÃO

O profissional de Design de Produção é encarregado de grande parte do planejamento de um projeto, e projetos que na maioria das vezes possuem propostas diferentes, havendo portanto a necessidade de adquirir diversos conhecimentos para ser capaz de atender as demandas de sua profissão. Noções de criação, composição, gerenciamento, planejamento, comunicação, conhecimento de materiais, de iluminação e várias outras habilidades.

É ele quem define a melhor forma de representar imagetivamente algo, atrelando o conteúdo a uma proposta visual adequada, que irá informar com precisão ao espectador aquilo que ele deseja que seja visto. Ele entrega aos personagens suas particularidades, seja no modo de se vestir, de comportar, seja nos seus gostos ou em seus objetos favoritos, ele faz com que o personagem seja acreditável e capaz de levar emoção àqueles que assistem.

Por possuir um lado lúdico e criativo, a técnica de animação por si só consegue transmitir mais facilmente muitos valores emocionais. Mas ao se utilizar dos princípios e metodologias do Design de Produção é possível fornecer ainda mais força à obra e enviar uma mensagem mais correta e mais atrativa ao espectador.

Cursos especializados na área, até o momento, não foram encontrados no Brasil. Sendo necessário portanto que quem tenha interesse procure pelas mais diversas áreas que ele imagine que possa fornecer as informações necessárias para o seu aprendizado. Isto acaba ocasionando um processo ainda mais demorado de obtenção de conhecimentos em uma profissão que por si só requer muitos anos de experiência para atuar no mercado e realizar um trabalho de boa qualidade.

REFERÊNCIAS

BACHER, Hans. ***Dream Worlds: Production Design for Animation***. Massachusetts: Focal Press, 2007. 216 p.

BAPTISTA, Mauro. **A Pesquisa Sobre Design e Cinema: o Design de Produção**. 2007. São Paulo. Revista Galáxia, São Paulo, n. 15, p. 109-120, 109 jun. 2008. 12p. Disponível em <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/galaxia/article/viewArticle/5736>>. Acesso em: 5 de março 2014 .

BAPTISTA, Mauro. **O Design de Produção em Jackie Brown, de Quentin Tarantino**. Revista Design em Foco, vol. III, núm. 2, julio-diciembre, 2006, pp. 9-19, Universidade do Estado da Bahia Brasil. Disponível em <<http://www.redalyc.org/pdf/661/66111515002.pdf>>. Acesso em: 28 de fev. De 2014.

BARWELL, Jane. ***Production Design – Architects of the Screen***. Londres: Wallflower press, 2004. 139 p. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=XuYt74Z62hoC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 8 de março de 2014.

LOBRUTTO, Vincent. ***The Filmmaker's Guide to Production Design***. Nova Iorque: Allworth Press, 2002. 198 p. Disponível em: <<http://home.fa.utl.pt/~cfg/Bibliografia/Extras/Cenografia/447%20-%20The%20Filmmaker's%20Guide%20To%20Production%20Design.pdf>> Acesso em: 28 de março de 2014.

WINDER, Catherine; DOWNLATABADIA, Zahra; MILLER-ZARNEKE, Tracey. ***Producing Animation***. 2ª ed. Massachusetts: Focal Press ,2011, 368p.

<<http://voices.yahoo.com/the-ultimate-guide-production-design-no-budget-178932.html>> Acesso em: 25 de abril de 2014.

<<http://cinema.usc.edu/admissions/studentstories/DesigningHollywood.pdf>>. Acesso em: 22 de março de 2014.

<http://www.prospects.ac.uk/production_designer_theatre_television_film_entry_requirements.htm>. Acesso em: 9 de março de 2014.

<<http://www.redalyc.org/pdf/661/66111515002.pdf>>. Acesso em: 5 de março de 2014.

<http://www.prospects.ac.uk/production_designer_theatre_television_film_entry_requirements.htm>. Acesso em: 18 de março.

<http://en.wikipedia.org/wiki/Production_designer>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2014.

<<http://www.iftn.ie/news/?act1=record&only=1&aid=73&rid=4285598&tpl=archnews&force=1>> Acesso em: 27 de fevereiro de 2014.

<<http://www.filmreference.com/encyclopedia/Independent-Film-Road-Movies/Production-Design.html>>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2014.

<<http://portal.anhembi.br/sbds/pdf/16.pdf>>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2014.

<<http://www.redalyc.org/pdf/661/66111515002.pdf>>. Acesso em: 21 de fevereiro de 2014.

<http://www.adg.org/?art=adg_1>. Acesso em: 21 de fevereiro de 2014.

<<http://www.wisageek.com/how-do-i-become-a-production-designer.htm>>. Acesso em: 21 de fevereiro de 2014.

<<http://lisamariehall.wordpress.com/>>. Acesso em: 19 de fevereiro de 2014.

<<http://www.newenglandfilm.com/news/archives/03january/pd.htm>>. Acesso em: 21 de fevereiro de 2014.

<<http://artdepartmental.com/2011/12/13/the-art-of-reality-television-production-design/>>. Acesso em: 21 de fevereiro de 2014.

<http://www.creativeskillset.org/film/jobs/productiondesign/article_4645_1.asp>. Acesso em: 21 de fevereiro de 2014.

Entrevistas. Disponível em: <<http://www.pushing-pixels.org/inmotion/>>. Acesso em: 22 de janeiro de 2014.

Entrevistas. Disponível em: <<http://animatedviews.com/>>. Acesso em: 21 de fevereiro de 2014.

Entrevistas. Disponível em: <<http://www.indiewire.com/>>. Acesso em: 21 de fevereiro de 2014.

ANEXOS

ANEXO A – Entrevista de Sarah Horton em sua língua de origem

Sarah: My boss, the production designer, creates the visual identity of the film. My job as the art director is to realize that identity [...] The Production Designer establishes a kind of visual scaffolding, defined by color, light, texture and contrast in which I am free to operate. In discussions with the Production Designer, the Art Director is responsible for the construction of the sets and they can take many forms. [...]

As an art director, you're expected to be both a financial and creative genius, coming up with solutions that don't compromise the vision of the production designer but at the same time fit within the confines of the budget. [...] since one can never predict precisely in advance what the parameters of each set will be, the budget often has to be redivided many times over. It's a question of being able to manage the money available, but i see this as a challenge not a restriction. It doesn't matter how big the budget is, there's always never enough money! Whether you're working on a \$5M, a \$50M or a \$100M movie, you still end up having the same conversations about what is affordable and what isn't. [...] I guess that on big budget movies you have the possibility to go into much more detail – which is where the differences lie - more sets, more stunts, more special effects, more options on how to shoot, just more of everything – while on a smaller production you are forced to reduce everything down to absolute essentials.

ANEXO B – Entrevista de Masako Masuda em sua língua de origem

Masako: A set designer is like an architect. I design the architectural environment: from the shape of the space (later drawn into floor plans and elevations) down to every detail of windows, doors, moldings, and also wall paint, wallpaper, floor materials patterns, and any custom designed items. On top of that, design needs to be based on the period of the script. So, Art Department does countless research. Thank god, we now have internet!

[...]By the way, I don't handle furniture or props. They are handled by Set Decoration Department and Props Department. Occasionally, we help them if custom design items are required.

In short, Art Department works this way: Production Designer, the head of Art Department, sets the design direction, stays in communication with the director to find out what he/she wants for the film's look and story. Art Director oversees day to day design process and work with Set Designers in close communication with Production Designer. Set Designers get involved with research, design, details, and construction drawings for Construction Department. It is very typical for any of the designs to get revised again and again until they are approved by Production Designer, and ultimately by Director. From that point Set Designer works on the final construction drawings to give them to Construction Department which will build all the sets. Of course, on many occasions, construction starts almost simultaneously even when final design is not done yet, due to the time limit. They are breathing over Set Designers' shoulders waiting for us to give them any drawings. In that case, revisions need to be done during construction which can be costly. In the end, somehow, miraculously, things get done!

ANEXO C – Entrevistade Sarah Greenwood em sua língua de origem

Sarah: You kind of completely consume yourself in the period and the story. As you say, everything is period, even today is of a period. You inform as much as possible, and I do that with imagery, be it painting, photograph, contemporary images that might have an essence of the story in them, images that capture what the story is about and how we want to present it. Then these images capture the mood and the essence of the story. Sometimes collating up to 5,000 references on a film, and they all go up on the wall!. [...] and then you start refining which images you want to use and what becomes important, shaping the film you're going to make.

Kirill: Do you stay within that particular time period when you design a set, or do you also go back in time?

Sarah: I absolutely do go back. If you look at the way we all live in 2012, I don't know about your house, but my house is full of things, some of them 400 years old and some are very contemporary. We don't live in the moment. Very few people live in the moment. It's interesting when you see somebody that does a film where they live in the arch of that moment, it might be correct for the character when it is. But if it isn't, it becomes a fashion plate, interior decoration as opposed to film design. If you have a film set in 1950s, you're recreating the '30s because we had a war in between. And if a film is set in 1930s, you probably would be recreating 1920s in their house. Certainly in that period people didn't change their furnishings and their decor as much as we do today. They might be lucky enough if it changed when they married and moved, but it certainly didn't change every year or every five years as we do now. It also has to do with wealth, whether you can afford to do it. You have to really look at the characters and the time, and how they would have lived.

Kirill: So you extrapolate going back in time based on characters' age, wealth and taste.

Sarah: Absolutely. Take "Pride & Prejudice" for example. The Bennet household is a large family living in a rambling old estate. They might have

been wealthy in land, but they didn't have enough ready money to spend. So we gave them dated furnishings, flaky and aged paint treatment, creating a look of not having been kept up, almost neglect but mutely loved and mended. The farm encroaching right up to the back door, no decorative garden and pigs coming through the kitchen, all the furniture in the house was at least fifty to a hundred years older than the period we were in (making it incredibly expensive in todays Antique terms but just dated in Mrs Bennets eyes). We made the bed for Mrs Bennet and it was designed in the French style from mid 18th C, the time when she would have got married. It might have been her dowry, this beautiful bed when she had money at the time she married, but by the time we come to it in the film, it's all frayed and broken, defining her and her raggedness from having five daughters and living life on the edge with having no money. Hence the reason why the whole family is so interested in money and marrying their daughters well because they couldn't afford to keep them. And you contrast that with the Bingley household in "Pride and Prejudice" where all the furnishings in this rented house were absolutely state of the art. They were nouveaux riche, bang-on 1790s, with immaculate furnishings. We have the Bennet family joining that environment, and the girls sitting on the sofa, looking completely scruffy and out of place. There's an example of how you use furnishings to back up the story. Even if our audience watching the film doesn't know the ins and outs of the particular period, they get a sense of it from the look and feel. If it feels right, it means that it is right and therefore it's working to tell the story.