

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES DA CENA.

Linha de pesquisa: Poéticas da Cena Teoria e Crítica.

FLÁVIA YARED ROCHA

**CONSTRUTORES DE ILUSÕES: O Lugar da Direção de Arte e da Cenografia na Criação
do Espaço Cênico Visual da TV Globo.**

RIO DE JANEIRO 2024

FLÁVIA YARED ROCHA

**CONSTRUTORES DE ILUSÕES: O Lugar da Direção de Arte e da Cenografia na Criação
do Espaço Cênico Visual da TV Globo.**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes da Cena. Linha de pesquisa: Poéticas da Cena Teoria e Crítica, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisitos parcial para a obtenção do título de Doutor em Artes da Cena.

Orientadora: Elizabeth Motta Jacob

Rio de Janeiro

2024

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

Flávia Yared Rocha

Arquiteta e Urbanista pela Universidade Federal do Paraná (1995). cursou a pós-graduação em Arquitetura e Cenografia na Faculdade de Arquitetura de Clermont-Ferrand, França (1999). cursou a pós-graduação em Arte e Filosofia na PUC-RJ (2007). Mestre em Filosofia pela PUC-RJ (2012). Profissionalmente atuou como cenógrafa da TV Globo (2000-2020) e participa como diretora de arte e cenógrafa de filmes de curta e longa-metragem assim como de séries produzidas pelo mercado audiovisual brasileiro.

Ficha catalográfica

FOLHA DE APROVAÇÃO

Flávia Yared Rocha

CONSTRUTORES DE ILUSÕES: O Lugar da Direção de Arte e da Cenografia na Criação do Espaço Cênico Visual da TV Globo.

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes da Cena. Linha de pesquisa: Poéticas da Cena Teoria e Crítica, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisitos parcial para a obtenção do título de Doutor em Artes da Cena.

Aprovada em:

Elizabeth Motta Jacob, Orientadora, Doutora. UFRJ.

Caio Arnizaut Riscado, Doutor. UFRJ.

Evelyn Furquim Werneck Lima, Doutora. UFRJ.

João Batista Freitas Cardoso, Doutor. PUC-SP.

Nívea Faria de Souza, Doutora. UFF.

Aos meus pais, por me ensinarem a não desistir.

Ao Alfredo, por me ajudar a não desistir.

A Joana por me dar motivos para não desistir.

AGRADECIMENTOS

À professora Elizabeth Motta Jacob, por ter aceitado me orientar, pelo estímulo e parceria na realização deste trabalho, por ter me ajudado a prosseguir com suas palavras animadoras em dias nublados quando o chão parecia desmoronar.

À banca examinadora.

Aos professores do Programa de Pós Graduação em Artes da Cena, pela inspiração.

Aos funcionários do Programa de Pós Graduação em Artes da Cena, pela ajuda e sempre gentileza, em especial a Marlene por sua presença mesmo na ausência.

Aos colegas do Programa de Pós Graduação em Artes da Cena, por tornarem divertidas as aulas online daquele passado recente aterrorizante da pandemia. Sobrevivi com vocês e por vocês.

Ao cenógrafo e diretor de arte Mário Monteiro, por ter aberto para mim e tantos outros cenógrafos o Mundo construído de sarrafo, compensado e camadas de tinta da TV Globo.

Aos cenógrafos e diretores de arte Alexandre Gomes e Fumi Hashimoto, por terem tido paciência com uma jovem sonhadora que nunca desejou trabalhar na TV Globo.

À cenógrafa e diretora de arte Luciane Nicolino, por ter confiado no meu trabalho e me apresentado para a melhor equipe da TV Globo.

À minha família, por ser um lugar de onde nunca saí e para onde sempre posso retornar.

Aos meus amigos que estão sempre presentes, embora nem sempre próximos.

À TV Globo, por ter construído todas as minhas ilusões.

RESUMO

ROCHA, Flávia Yared. JACOB, Elizabeth Motta. CONSTRUTORES DE ILUSÕES: O Lugar da Direção de Arte e da Cenografia na Criação do Espaço Cênico Visual da TV Globo. Rio de Janeiro, 2024. 410p. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Artes da Cena, Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, ECO-UFRJ, 2024.

Este trabalho se propõe a investigar o lugar da direção de arte e da cenografia na construção do espaço cênico visual da TV Globo que passa impreterivelmente por pensar a produção televisiva sob a perspectiva do modo industrial de trabalho. Ao entender como se dá a concepção e realização do espaço cênico televisivo nesta empresa, pretende-se descobrir se é possível existir direção de arte na ausência de um profissional que desempenhe este papel.

Palavras-chave

Direção de arte, cenografia, audiovisual, TV Globo.

RESUMÉ

ROCHA, Flávia Yared. JACOB, Elisabeth Motta. **BÂTISSEUS DE ILLUSIONS: La place de la Direction Artistique et de la Scénographie dans la création de l'espace scénique visuel de la TV Globo. O Lugar da Direção de Arte e da Cenografia na Criação do Espaço Cênico Visual da TV Globo.** Rio de Janeiro, 2024. 410 p. Thèse de doctorat. Programme de Pós-Graduation en Arts de la Scène, École de Communication de l'Université Fédérale du Rio de Janeiro, ECO-UFRJ, 2024.

Ce travail vise à étudier la place de la direction artistique et de la scénographie dans la construction de l'espace visuel scénique de la TV Globo, ce qui implique inévitablement de penser la production télévisuelle du point de vue du mode de travail industriel. En comprenant comment s'effectue la conception et la réalisation de l'espace scénique télévisuel dans cette entreprise, l'objectif est de découvrir s'il est possible d'exister la direction artistique en l'absence d'un professionnel qui joue ce rôle.

Mots-clés

Direction artistique, scénographie, audiovisuel, TV Globo.

SUMÁRIO

1 - INTRODUÇÃO

2 - REVISÃO HISTÓRICA E CONCEITUAL

Globo e você, tudo a ver.

2.1. PLIM-PLIM

Era uma vez o país da TV.

2.1.1. VIA DE MÃO DUPLA

2.1.2. ESTE É UM PAÍS QUE VAI PRA FRENTE

2.1.3. DIZEM QUE EU NASCI AMERICANIZADA – O CASO TIME-LIFE

2.1.4. O FAMIGERADO TRIPÉ

2.1.5. PADRÃO DE QUALIDADE – O QUE É BOM ESTÁ NA GLOBO.

2.1.6. GRADE DE PROGRAMAÇÃO

2.1.7. AS DIFERENTES FASES DA TV.

2.1.8. A AUDIÊNCIA

2.1.9. A ESSÊNCIA DA GLOBO

2.2. GLOBO E VOCÊ, TUDO A VER

Inaugura-se o fazer industrial.

2.2.1. A CGP - CENTRAL GLOBO DE PRODUÇÃO (1995 A 2020)

2.2.2. OS ESTÚDIOS

2.2.3. AS REGRAS DE PRODUTIVIDADE

2.2.4. A DEMANDA DO ROTEIRO

2.2.5. O MONTA E DESMONTA

2.2.6. QUANTAS CÂMERAS CABEM?

2.2.7. A REGRA DOS 180 E A REGRA DO EIXO.

2.2.8. A QUESTÃO DA RECEPÇÃO.

3 - PRÁTICAS E PROCESSOS.

Essa gente que você não vê, faz a televisão que você vê

3.1. EQUIPE

Quem faz a TV que você vê.

3.1.1. AUTORES E ROTEIRISTAS

3.1.2. DIREÇÃO

3.1.3. PRODUÇÃO

3.1.4. FOTOGRAFIA

3.1.5. ARTE OU CRIAÇÃO DE AMBIENTES

3.1.5.1. CENOGRAFIA

3.1.5.2. PRODUÇÃO DE ARTE

3.1.5.3. DESIGN

3.1.5.4. FIGURINO E CARACTERIZAÇÃO

3.1.6. DIVISÃO INDUSTRIAL

3.1.7. SUPRIMENTOS

3.1.8. EFEITO ESPECIAL

3.1.9. ENGENHARIA

3.1.10. PÓS-PRODUÇÃO

3.1.10.1. EFEITOS VISUAIS

3.1.10.2. EDIÇÃO

3.2. DO RECEBIMENTO DA SINOPSE ATÉ O FOI CENA.

A linha de montagem circular

3.2.1. PREPARAÇÃO OU PRÉ-PRÉ

3.2.2. PRÉ- PRODUÇÃO E CONCEITUAÇÃO

3.2.2.1. O PROCESSO DA CENOGRAFIA

3.2.3. PRODUÇÃO

3.2.3.1. A MONTAGEM

3.2.4. GRAVAÇÃO E CONTINUIDADE

3.2.5. DESPRODUÇÃO

3.3 AFINAL, EXISTE DIREÇÃO DE ARTE NA TV? –

O tripé com 5 pés da criação

3.3.1. O QUE É DIREÇÃO DE ARTE? QUAL O SEU TERRITÓRIO?

3.3.2. O QUE É CENOGRAFIA? QUAL O SEU TERRITÓRIO?

3.3.2.1. UM POUCO DE HISTÓRIA da cenografia na televisão

3.3.2.2. CENOGRAFIA E DIREÇÃO DE ARTE

3.3.2.3. CENOGRAFIA E SUAS CARACTERÍSTICAS

3.3.2.3. CENOGRAFIA E SUAS CARACTERÍSTICAS

3.3.2.4. SOBRE O DRESSING:

3.3.3. O QUE É PRODUÇÃO DE ARTE? QUAL O SEU TERRITÓRIO?

3.3.3.1. UM POUCO DE HISTÓRIA da produção de arte na televisão

3.3.3.2. DIREÇÃO DE ARTE, PRODUÇÃO DE ARTE E CENOGRAFIA

3.3.4. O QUE É FIGURINO? QUAL O SEU TERRITÓRIO?

3.3.5. COAUTORIA E TRABALHO COLETIVO

4 - HISTÓRIAS E FICÇÕES.

Qualquer semelhança com pessoas vivas ou mortas e com fatos reais terá sido mera coincidência.

4.1. OI, OI, OI. AVENIDA BRASIL

Vem aí, mais um campeão de audiência!

4.1.1. HISTÓRIA DA TELENOVELA

4.1.2. O PAPEL DA NOVELA

4.1.3. CARACTERÍSTICAS DA NOVELA

4.1.4. OS CENÁRIOS DE ESTÚDIO

4.1.4.1. MANSÃO DO TUFÃO

4.1.4.2. CASA DA MONALISA

4.1.4.3. CASA DA JANAÍNA

4.1.5. O PROCESSO INDUSTRIAL COMO ALIADO

4.2. TAPAS E BELJOS

Copacabana me engana.

4.2.1. A CENOGRAFIA

4.2.1.1. A CIDADE CENOGRÁFICA

4.2.1.2. O ESTUDIO

4.2.2. A ROTINA E A DIREÇÃO DE ARTE

4.3. A FÓRMULA

A Direção de Arte quando não há Diretor de Arte.

4.3.1. O ESPAÇO CÊNICO VISUAL

4.3.2. AS ETAPAS DE CRIAÇÃO

4.3.3. OS PRINCIPAIS CENÁRIOS

4.3.4. O PAPEL DE CADA EQUIPE

4.3.5. E A DIREÇÃO DE ARTE?

4.4. A GENTE RIU ASSIM

O processo de criação sob um fio.

4.4.1. VAI TER QUE ANDAR PRA FRENTE

4.4.2. SOBRE O FIO

4.4.3. PROCESSOS E PROCESSO

4.4.4. BALIZADORES

4.4.5. ERROS E ACASOS

4.4.6. A DIREÇÃO DE ARTE FLORESCE NA TV?

5 - CONCLUSÃO

REFERÊNCIAS

ANEXOS

Ficha técnica dos programas citados

Fluxograma de equipes da TV Globo

Sinopse da novela Avenida Brasil

1- INTRODUÇÃO

O interesse pelo espaço como lugar onde se estabelece as relações humanas me impulsionou ao caminho da arquitetura e posteriormente ao da cenografia. Entendo o espaço como o abrigo da ação dentro de um determinado tempo, o vazio onde se inscrevem as relações entre observador e o objeto, que abriga a vida. Explorar este lugar de interações infinitas, enriquecendo essas relações através das quais existimos, tornando a experiência da vida mais rica e profunda, sempre foi a minha busca.

Graduei-me Arquiteta e Urbanista em 1996 na Universidade Federal do Paraná, UFPR. Curso que ofereceu uma formação focada no projeto arquitetônico desenvolvendo atividades nas áreas de interiores, paisagismo e urbanismo. Meu projeto final de graduação, *Casa Sol e Casa Lua*, buscava através dos espaços materializar sentimentos de expansão e introspecção e fez parte de um esforço para responder as minhas preocupações voltadas ao questionamento da metodologia ensinada para o desenvolvimento de um projeto de arquitetura. Não encontrei nesses estudos realizados no curso de Arquitetura um caminho para conceber um espaço que dialogasse com a experiência humana, fui encontrar na cenografia. Deixei de trabalhar com o espaço arquitetônico e passei a trabalhar com o espaço cênico.

À procura de um curso de pós-graduação em cenografia, recebi pelo correio um encarte cujas palavras associadas me levaram definitivamente a este caminho: *Avoir-Lieu*, que traduzido literalmente significa Ter-Lugar. Entre 1997 e 1999 realizei um curso de especialização intitulado Diplôme Propre des École d'Architecture DPEA¹ em Architecture et Scénographie na École d'Architecture de Clermont-Ferrand, França. Em meu trabalho de conclusão do curso, buscava provocar a experiência de ler Fernando Pessoa em uma sala cúbica escura. A cenografia intitulada *Fernando Pessoa, Je ne suis personne* ocupou o espaço com água, areia, espelhos, projeções de imagens e sons, supostos objetos do poeta escolhidos a partir de fotos e depoimentos, sugerindo aos espectadores um ritual no decorrer de um tempo.

Nesse mergulho na cenografia constatei que muito se escreve sobre espaço e lugar, e por conseguinte considerei fundamental pensar a arquitetura e a cenografia segundo as definições e origens desses conceitos. O encontro com a filosofia que tive no curso de pós-graduação Arte e Filosofia feito na PUC-RJ, em especial com o livro *A Origem da Obra de*

¹DPEA na França equivale ao DEA. Porém como não se trata de uma universidade, recebe o título de DPEA. Não existe equivalência aqui no Brasil.

Arte de Martin Heidegger (2004), apresentou outro caminho para prováveis aproximações a essas reflexões e me conduziu ao mestrado feito no programa de pós-graduação em Filosofia na PUC-RJ. Na minha dissertação de mestrado, *Ter-Lugar: O espaço e a Arquitetura no Pensamento de Martin Heidegger*, feita sob a orientação do professor doutor Luiz Camillo Osório, procurei investigar o pensamento de Martin Heidegger a respeito do espaço, do lugar, do habitar. Embora este filósofo não tenha escrito diretamente sobre o tema, seu conceito de ser-no-mundo supõe o habitar. O Ser-aí, Dasein², no seu simples existir, configura o próprio espaço-tempo. O ser pensado por este filósofo tem uma vinculação ontológica com a noção de espaço, de lugar e de habitar, o ser é enquanto habita, e é preciso entender o lugar como o espaço ocupado, ou seja, habitado. Pensar os significados de espaço e lugar é, portanto para mim, pensar o estar-no-mundo do homem.

No exercício da profissão, atuando como cenógrafa e diretora de arte, tentei experimentar como o espaço cênico pode, no silêncio das palavras, dar subsídios a uma ação e contar uma história. Depois de 24 anos de experiência profissional, alguns deles dedicados a projetos pessoais, e muitos deles dedicados ao trabalho como cenógrafa da TV Globo, me coloco hoje, na missão de aliar a experiência adquirida ao pensamento reflexivo crítico sobre o universo da direção de arte e da cenografia na televisão aberta com especial enfoque na TV Globo. Este projeto nasce da necessidade pessoal de compreender a abrangência e a implicância da minha própria atividade profissional diante da escassa, porém crescente, bibliografia sobre o tema. No contexto dos estudos acadêmicos percebe-se uma pequena produção nacional a respeito da direção de arte e da cenografia no cinema, e esta é ainda menor quando estes estudos se dirigem ao que é produzido para e pela televisão aberta.

O que para mim justifica o trabalho é a forte penetração do meio televisivo na sociedade contemporânea, em especial, na sociedade brasileira onde o número de espectadores está entre os maiores do mundo. Talvez não haja mais a possibilidade de pensar o Brasil atualmente sem pensar na influência da TV, pois ela está de tal modo impregnada no imaginário da população que passa a ser um elemento não só constituinte, mas estruturante da formação subjetiva e, arrisco dizer, da formação de uma ética e, conseqüentemente, de uma estética.

² O dasein é o ser-aí de Martin Heidegger. Este termo nasce da tentativa de abraçar numa única palavra o ser da pessoa humana à abertura do ser enquanto tal. O ser-aí é esse ente capaz de questionar seu próprio ser. e Ele é aquele, que por pensar o ser, para o qual as coisas se tornam presentes. Aí é a partícula que traz em si a ideia de tempo e de espaço.

Poucos foram os cenógrafos e diretores de arte da TV que se debruçaram nesta tarefa de se distanciar do fazer para elaborar trabalhos e questionamentos para o conhecimento de gerações futuras, ao mesmo tempo em que perguntam o porquê da crítica dar tão pouco espaço à direção de arte ou a cenografia em suas análises. Por outro lado, enquanto a produção televisiva investe na pesquisa de novos materiais e procedimentos para elaboração e confecção de cenários, no aprimoramento técnico do profissional de cenografia, em metodologias de pesquisas de opinião pública e medições de audiência; ela investe pouco na sistematização de seus processos e na análise crítica do que produz, em estudos que observem as especificidades dos seus aspectos definidores do espaço cênico visual.

Arlindo Machado que já há 20 anos escreveu que ao longo de sua história, a televisão mostrou ser um sistema expressivo suficientemente amplo e denso para dar forma a projetos complexos, defende ser fundamental que se observe o cenário televisivo livre de preconceitos estabelecidos a partir de sua comparação com o cenário teatral ou cinematográfico. Machado sugere que é preciso analisar a linguagem dessa forma de representação, dentro de suas características específicas, e identificar relações estabelecidas entre o cenário e os outros elementos de significação do conjunto televisivo. (MACHADO, 2003)

Portanto, em mais de 70 anos de vida da televisão brasileira, ainda existe pouco entendimento sobre o papel e a abrangência da concepção do espaço cênico visual na construção das obras televisivas. É necessário dar atenção devida à atividade responsável pela materialização do texto³ em universos diegéticos, proporcionando experiências sensíveis e contribuindo para a construção das visualidades nos programas. Pensar a prática da direção de arte e da cenografia na TV Globo, e no audiovisual hoje é uma oportunidade de refletir e atualizar conceitos, definições e modos de operação desde os seus primórdios até as experimentações mais atuais. Acredito ser importante romper a barreira que questiona a importância de se pensar o modo de ser da visualidade num veículo de comunicação de massa cuja produção tem escala industrial e utilizar esse questionamento a favor da reflexão crítica sobre essa atividade.

Nesta tese elaboro um material teórico capaz de contribuir para o entendimento da direção de arte e da cenografia na TV Globo. Ao constatar que raramente existiu, no período do estudo compreendido entre os anos 2000 e 2020, a presença de um diretor de arte ou de alguém que exercesse de fato este papel nos programas desta emissora, veremos o quanto o

³ Na televisão, texto é o nome dado para o roteiro no cinema.

modo de produção industrial interferiu nesta configuração específica de distribuição de fazeres e impactou a visualidade das obras.

A pesquisa se dividiu em três eixos de condução: o primeiro tratou-se de uma revisão histórica/conceitual; o segundo efetuou o levantamento e sistematização das práticas, e processos, assim como buscou definições e entrelaçamentos para delimitar os territórios; e o terceiro eixo de condução consistiu-se em estudos de casos através de exemplos. Ao investigar a história, as características específicas do meio televisivo; a linha de montagem, a divisão de equipes, os conceitos de cenografia e direção de arte, e relacionar essas análises aos exemplos práticos de programas em que participei da criação; proponho a reflexão crítica sobre como o modo de produção industrial influencia na existência da direção de arte sem que existisse alguém desempenhando de fato a função de diretor de arte. Não descrevo é claro todos os programas feitos durante este período, mas por amostragem, abordo suas particularidades e como estas afetaram a concepção do espaço cênico visual da obra.

Inicialmente, no capítulo 2, realizo uma revisão histórico/conceitual sistematizada sobre as origens da televisão no Brasil até a atualidade das mídias digitais. Essa revisão, assim como todo o desenvolvimento da tese, tem como foco principal a análise da imagem no audiovisual considerando a direção de arte e a cenografia seus elementos compositores. Nesse sentido, não se tomará proximidade com aspectos narrativos ou textuais sempre tão presentes em várias proposições de análise de conteúdos fílmicos e televisivos. Utilizo como fonte de pesquisa a literatura auto-referencial produzida pela própria TV Globo, de críticos e estudiosos do meio televisivo assim como do cinema, teóricos que pensam as questões da imagem, identidade brasileira, e modo de produção industrial, e finalmente de profissionais que trabalharam na empresa.

Mais especificamente, no capítulo 2.1 apresento um breve panorama da história da televisão no Brasil com enfoque principal à TV Globo. Observo a aplicação dos elementos de composição da imagem televisiva do ponto de vista histórico, técnico e estético, explorando o momento da criação do Padrão Globo de Qualidade que se mistura com a fundação da TV Globo até a atualidade pré-pandêmica de 2020. Esta revisão tem como objetivo principal a análise dos elementos que determinaram os processos de produção que influenciaram na composição do espaço cênico visual na TV Globo até os anos 2020. Construo um panorama histórico da presença da direção de arte e da cenografia na TV Globo considerando suas origens no teatro e no rádio e o diálogo com o cinema.

No capítulo 2.2, abordo as especificidades do meio televisivo em particular da TV Globo refletindo como a necessidade de alimentar com material audiovisual uma programação em larga escala e ininterrupta exigiu da empresa a adoção de um modo de produção industrial onde a serialização e a repetição se constituíram uma maneira de tornar a grade de programação viável. Portanto demonstro como essas características influenciaram diretamente a realização dos programas e na existência da direção de arte e na ausência de alguém que exercesse de fato este papel. Ao entender de que forma o fazer industrial interfere na entrega de uma obra, colocarei em questão o fato de ser atribuído à direção de arte e à cenografia de TV menor importância enquanto prática artística em função de seus parâmetros constituintes. Ainda no conjunto dos capítulos 2.2 abordo aspectos da linguagem televisiva que deverão ser tratados dentro de suas especificidades que transbordam para a materialização do espaço cênico, descrevo as regras e diretrizes que os profissionais da criação devem considerar, para entender de que maneira elas influenciaram e determinaram a criação.

No capítulo 3, a partir da minha vivência como cenógrafa assistente e cenógrafa titular obtida em 25 anos de trabalho, estabeleço parâmetros para o entendimento das práticas e processos das equipes que participaram do processo de criação das obras de dramaturgia televisiva tendo como premissa que a organização de trabalho na TV Globo é singular e específica com uma distribuição de cargos e funções que não se encontra em outra produtora de conteúdo audiovisual ou emissora de televisão. Elaboro neste capítulo, a partir da pesquisa empírica, colocada lado a lado com estudos de profissionais do ramo como Daniel Filho e Mauro Alencar, o estudo crítico sobre as a divisão das equipes que compõem o departamento de criação de ambientes na TV Globo cujo trabalho resulta na criação do espaço cênico visual que é parte constitutiva do famoso Padrão Globo de Qualidade que invade nossas casas há gerações; e onde raramente havia, até os anos 2020, a presença de um diretor de arte como o profissional responsável pela visualidade de uma obra como se entende no cinema brasileiro.

No capítulo 3.1 detalho as equipes parceiras que contribuem para a expressão plástica do programa, relaciono a equipe que compõe o latifúndio da cenografia, abordo o importante papel da divisão industrial (DI) na construção dos cenários e cidades cenográficas, descrevo o trabalho das equipes por meio de organogramas para entender todas as competências e atribuições de cada departamento.

No capítulo 3.2 descrevo a linha de montagem para compreender como esta interfere no trabalho de todas as equipes artísticas, incluindo, além dos departamentos da criação de ambientes, o autor, a direção e a direção de fotografia. Abordo a questão de como o modo de

produção industrial interfere na visualidade da obra e na escolha de não ter um profissional responsável por coordenar artisticamente os diversos departamentos da criação de ambientes. Cabe perguntar quem ocupa, e se alguém ocupa, a posição de colaborar em conjunto com a direção e a direção de fotografia na criação de atmosferas particulares para cada momento e para cada personagem dando materialidade para o texto.

No capítulo 3.2 e 3.2, descrevo como se dá a relação entre as equipes constituintes do departamento de criação de ambientes - figurino, produção de arte, caracterização e cenografia - na inexistência de um diretor de arte, para então observar o impacto na visualidade da imagem considerando que, na definição do conceito do programa, as competências são reunidas e articuladas para buscar uma linguagem própria ao projeto diretamente pela direção. Para tanto sistematizo os processos de criação e execução do cenário na TV Globo, descrevo e detalho de forma objetiva as etapas de criação e produção de um cenário desde o recebimento da sinopse na fase da preparação até o momento do “foi cena”⁴.

No capítulo 3.3 exploro os conceitos de direção de arte, cenografia, produção de arte e figurino para entender o território de cada uma delas na TV Globo e de como se relacionam. Ao definir e descrever as atribuições e tarefas destes departamentos, demonstro a multidisciplinaridade da cenografia na TV Globo, tratando-a em sua relação paralela à direção de arte. Considerando a abrangência da atividade, destaco a importância da cenografia na criação das atmosferas, sua contribuição para o desenvolvimento da narrativa, para a construção dos personagens, revelando e destacando o impacto da sua materialidade na narrativa e na relação com o corpo, tanto o imerso no espaço cênico, quanto o imerso no espaço do telespectador.

Para refletir sobre a direção de arte e a cenografia na televisão foi necessário um mergulho na literatura específica a partir dos autores da escola francesa que tenho familiaridade como Luc Boucris, Peter Brook, Marcel Freydefont e Guy-Claude François, além dos clássicos Anna Mantovani, e Pamela Howard. A leitura dos pesquisadores cenógrafos e diretores de arte Adriana Leite, Carolina Bassi de Moura, Elisabeth Motta Jacob, Gianni Ratto, João Batista Cardoso; José Carlos Serroni, José Dias, Vera Hamburger; foram fundamentais para o estudo dos profissionais e da prática da cenografia aqui no Brasil. Para entender o processo coletivo dessas atividades e a natureza dialógica da criação de uma obra audiovisual recorri a Cecília Almeida Salles. Por fim, realizei um cruzamento entre o estudo

⁴ Jargão usado para comunicar a toda equipe presente no momento da gravação que uma cena foi executada na sua totalidade.

desses autores, minhas próprias convicções formuladas no meu mestrado sobre o pensamento de Martin Heidegger sobre o espaço e o lugar e as práticas da TV Globo.

No capítulo 4, destinado aos estudos de caso, faço uma breve apresentação dos gêneros televisivos para apresentar os tipos de narrativa seriada que a TV Globo produziu e exibiu no período entre os anos 2000 a 2020. Analisando os diferentes gêneros e seus diferentes processos, concluo se essas características específicas que os diferem, interferiram diretamente na presença ou ausência da direção de arte nesses programas. A partir de minha própria experiência como cenógrafa, apresento de forma didática os principais conceitos envolvidos na construção da visualidade e espacialidade destes programas. Neste momento foi necessário recorrer às pesquisas iconográficas, às apresentações feitas para a direção, aos projetos dos cenários, às fotos das diferentes etapas do processo de trabalho do cenógrafo e dos bastidores das construções dos cenários para que a prática fosse bem exemplificada e ilustrada e finalmente, às imagens que foram apresentadas para os espectadores.

No capítulo 4.1 usarei *Avenida Brasil* como exemplo de programa onde o modo de produção industrial é dominante. Considerada até hoje uma das últimas novelas de sucesso da TV Globo, foi um dos programas responsáveis pela promoção da imagem da classe C feliz. Analiso neste capítulo como e se o espaço cênico visual é co-responsável por criar referências de identidades nas subjetividades de quem assiste o programa, o quanto determinadas regiões e grupos sociais são contemplados, compreendidos e, ou excluídos por meio dessa representação mostrada pela telinha. Abordo como acontece a concepção de um cenário para uma obra aberta, como é o caso dos programas de dramaturgia diária, e como este fator determina o desenho do espaço para que ele atenda possíveis demandas futuras.

No capítulo 4.2 usarei *Tapas e Beijos* como exemplo de seriado, ou seja, dramaturgia semanal e obra aberta, mostrando os desafios de propor uma linguagem de série para uma obra aberta que só se torna possível por se tratar de um programa de humor de exibição semanal e não diária. Veremos como o espaço cênico é afetado diretamente por este tipo de demanda de exibição e desenho de produção específicos.

No capítulo 4.3 usarei *A Fórmula* como exemplo de série, ou seja, dramaturgia semanal e obra fechada. Este formato, apesar de se constituir um produto muito semelhante aos produzidos por outras produtoras de audiovisual fora da TV Globo, foi realizado dentro dos paradigmas da produção industrial. Esta série coloca em evidência a questão de como a equipe de arte se articulou para conceber o espaço cênico sem a presença de alguém que desempenhasse a função de diretor de arte.

No capítulo 4.4 descrevo o processo de criação de um clipe musical do programa *A Gente Riu Assim* para abordar a produção de dois gêneros distintos ao mesmo tempo: clipe e humor. Este exemplo permite explorar, com o apoio teórico do filósofo Georges Didi-Huberman as pequenas possibilidades de subversão da criação face a uma encomenda onde a direção de arte pode existir no sistema industrial.

Cabe à conclusão responder como o modo de produção industrial desenvolvido para vencer uma demanda de exibição interferiu no espaço cênico visual da TV globo e se possibilitou a existência direção de arte na TV Globo na ausência de uma pessoa que desempenhasse o papel do diretor de arte. Na conclusão pretendo entender se esta ausência é parte de uma estratégia industrial onde todos os profissionais criativos podem ser substituídos sem danos maiores ao produto, pois o esquema de produção industrial precisa ser capaz de responder a qualquer ausência.

2 - REVISÃO HISTÓRICA E CONCEITUAL.

Globo e você, tudo a ver.

2.1. PLIM-PLIM

Era uma vez o país da TV.

Em 1936 os alemães transmitiram pela primeira vez a abertura das olimpíadas de Berlim. Em 1939 Franklin Roosevelt transmitiu pela primeira vez um discurso político na inauguração da feira mundial de Nova York. Em 1945, logo após a segunda guerra mundial, as fábricas americanas e europeias de televisão foram reabertas, o período do auge da economia norte-americana permitiu que a televisão se consolidasse como um bem de consumo acessível às diversas camadas da sociedade norte-americana, em especial às classes médias. Ela gradativamente se tornava mais um instrumento de divulgação de um modelo de vida e um padrão de felicidade.

Imagem 01 - Família assiste televisão



Fonte: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-09/70-anos-tv-no-brasil-decada-aventura-improvisao-e-paixao#>

No Brasil, a televisão foi inaugurada em 18 de setembro de 1950 às 21:00 horas. Com o programa *Show da Tabacaria*, Assis Chateaubriand e a TV Tupi abriram as portas para uma revolução sem precedentes na história do nosso país. Nascia aqui um novo mundo da

comunicação, da cultura, do lazer, do consumo e do entretenimento. Em seu livro *O Circo Eletrônico* (2001), Daniel Filho⁵ escreve que a Televisão inicialmente era constituída de um espetáculo diário de 15 horas ininterruptas de muita improvisação e inventividade. Sendo ao mesmo tempo circo, teatro de revista, rádio com imagem; segundo ele a programação era uma mistura de várias manifestações culturais que pertenciam ao gosto popular, resultando numa programação nada erudita, embora no seu princípio, para poucos abastados. A televisão no Brasil desde sua origem e durante muito tempo teve a proposta de ser um só conteúdo para todos, eram poucos programas, produzidos por poucos e que deveriam agradar a todos.

Segundo Machado (2003) a televisão no Brasil se tornou o meio de comunicação hegemônico a partir da metade do século XX, sendo impossível refletir sobre a sociedade brasileira atualmente sem pensar a inserção deste meio nos sistemas políticos e sociais e econômicos. Entretanto, segundo o autor as atenções pouco se voltam para os trabalhos audiovisuais que a televisão efetivamente produz e a que os espectadores assistem. Para o autor é preciso pensar a televisão como o conjunto de trabalhos audiovisuais que a constituem, sendo estes trabalhos variados e contraditórios.

Desde sua origem até a atualidade, a televisão tornou-se um dos meios responsáveis por narrar a história da sociedade brasileira seja através da notícia seja através da ficção. A TV Globo como a maior produtora de conteúdo do país, acabou sendo a maior responsável por essa narrativa. Cabe questionar o quanto de ficção e o quanto de realidade há nesta narrativa, o quanto de Brasil há nestes brasis. A imagem tem o poder de dar vista ao inimaginável, desde paisagens naturais ou urbanas desconhecidas, passando por modos de viver, comer, pôr a mesa, se vestir, modo de falar, dormir e até morrer. Esse poder pode ser usado para vender um modo de vida e um padrão de felicidade por vezes inalcançável. O espaço cênico inevitavelmente colabora para institucionalizar o belo e o feio, o bom e o mau, o certo e o errado, de forma que as visualidades criadas e difundidas pela telinha colaboram para a disseminação dos valores de consumo onde somos o que temos. A TV virou, portanto, fonte de entretenimento, aquisição de educação e cultura, informação e desinformação, levando a questionamentos e conclusões, dúvidas e certezas, diversão e angústias. No meu entender, a TV Globo tornou-se um dos meios de divulgar os valores capitalistas.

⁵ Daniel Filho é diretor, ator e produtor de cinema e televisão. Ingressou na TV Globo em 1967, onde foi diretor da Central Globo de Produções e tornou-se responsável por reestruturar as novelas da produtora. Deixou a empresa em 2015.

2.1.1 - VIA DE MÃO DUPLA

Importante levar em conta para entender a questão da televisão no Brasil, que ao longo de seus 70 anos de existência, esta sofreu e ainda sofre influências do Estado de diversas maneiras. Desde sua origem e até os dias de hoje, o Presidente da República tem o poder de conceder e cancelar as concessões de TV, e o Estado se apresenta como um dos maiores anunciantes deste meio de comunicação de massa. A concessão de rádio ou de televisão autoriza o empresário a explorar esse tipo de negócio por um tempo determinado, de dez anos para o rádio e de quinze anos para a televisão. Os canais são, portanto, de propriedade do Estado brasileiro, e não dos donos das empresas, que adquirem a concessão provisória para explorar aquele espaço, caso cumpram todas as regras estabelecidas pela lei. A TV precisou aprender a dialogar com o favoritismo político e com as necessidades políticas, precisou aprender a dar contrapartidas, influenciar, e ser influenciada, e aos poucos foi entendendo os limites e a abrangência do seu poder de manipulação da opinião pública. Penso que o domínio da narrativa social e política foi e é perseguido como meio de controle e propagação do modelo capitalista de sociedade por todos os governos e instituições de poder, e a televisão foi seu maior instrumento até a revolução tecnológica da internet.

Ilustro a presença do Estado citando alguns fatos históricos: no dia 13 de março de 1951, Getúlio Vargas, então presidente do Brasil, aprovou a concessão da TV Globo; dois anos depois, em 1953, o mesmo presidente voltou atrás de sua decisão e revogou a concessão; em 1957 o presidente Juscelino Kubitschek devolveu o direito de Roberto Marinho fazer sua televisão dando a concessão do Canal 4 para a Rádio Globo; e recentemente, o ex-presidente Jair Bolsonaro, no dia 20 de dezembro de 2022, assinou a renovação da concessão da Tv Globo por mais 15 anos, depois de ameaçar inúmeras vezes de não renová-la.

Imagem 02. Foto de Roberto Marinho com o presidente Juscelino Kubitschek.



Fonte: <https://historia.globo.com/memoria-roberto-marinho/empresas/noticia/tv-globo.ghtml>

Dentro do contexto histórico, desde 1957 até sua estreia, às 11 horas do dia 26 de abril de 1965, oito anos se passaram durante os quais o Canal 4 fez inúmeros testes e exibiu filmes estrangeiros em sua programação. A partir de 1965, um ano após o Golpe Militar de 1964, a Rede Globo cresceu rapidamente movida a uma combinação de diversos fatores que irei desenvolver em subcapítulos: alinhamento ideológico com o governo militar; participação do grupo americano Time-Life; contratação do tripé formado por Joe Wallace - diretor executivo -, Walter Clark - diretor executivo e depois diretor geral - e José Bonifácio Sobrinho, Boni - diretor de programação e produção da TV Globo - ; criação do Padrão de Qualidade; grade de programação; pesquisas de audiência e de opinião pública.

2.1.2. ESTE É UM PAÍS QUE VAI PRA FRENTE⁶

O primeiro fator que destacou-se como agente do crescimento da Rede Globo foi o alinhamento ideológico com o Governo Militar de unificação do país que, a partir de 1964, tornou as telecomunicações um elemento estratégico na política de desenvolvimento, integração e segurança nacional. Segundo o jornalista Pedro Bial em seu livro *Roberto Marinho* (2004), o Estado passou a investir na infraestrutura possibilitando a criação de redes nacionais:

Acontecia que onde chegasse um novo braço da Embratel, lá iam em seguida os executivos da TV Globo, ver se valia a pena adquirir uma nova emissora concessionária na região. Os marechais e generais, como sonharam tenentes, estavam unificando o país; a TV Globo, como sonhara Roberto Marinho, estava construindo a sua rede, a primeira do Brasil. (BIAL, 2004, p.180)

A partir de 26 de outubro de 1963, na luta contra o que chamavam de “ameaça vermelha”⁷, as rádios Globo, Jornal do Brasil e Tupi se uniram no que chamaram de Rede da Democracia e passaram a transmitir em rede todas as noites o pronunciamento do próprio Roberto Marinho:

Todos os democratas devem participar da luta pela causa nacional que é a da liberdade, da justiça e do direito,... Todas as autoridades empenhadas na defesa do regime e das liberdades democráticas terão apoio irrestrito da Rede da Democracia. (MARINHO, apud BIAL, 2004, p.199)

Segundo Bial (2004), havia entre o governo militar e a TV Globo identidade de interesses. O fortalecimento da Federação, objetivo comum com o Governo Militar, tornou-se também um interesse comercial e imperativo empresarial para a TV Globo. A integração nacional não foi em nenhum outro setor tão bem sucedida como na área da comunicação. Porém é possível observar que esta integração aconteceu mais entre consumidores de bens de consumo do que entre cidadãos.

A integração se dá ao nível do imaginário. Ligados em cadeia nacional, na fala da Rede Globo, estamos de alguma forma pertencendo a um todo unitário que nos contém e nos significa enquanto brasileiros de um outro Brasil... Trata-se agora de um Brasil moderno, urbano, industrializado. E nós, o público global, brasileiros de um outro Brasil, nos vemos refletidos todos os dias nas imagens de uma sociedade de consumo. Como público e como mercado consumidor: assim se dá a integração via Embratel. (KEHL, apud ALENCAR, 2002, p. 54.)

⁶ Este é um país que vai para frente foi uma propaganda institucional da ditadura militar vinculada nos meios de comunicação em 1976. Essa mensagem vem acompanhada da canção "Esse é um país que vai pra frente" interpretada pelo grupo "Os Incríveis".

⁷ Ameaça vermelha, ou pavor vermelho refere-se ao período de desenvolvimento do anticomunismo.

Um dos fatores que favoreceu a consolidação da TV Globo foi o chamado “milagre econômico”⁸ do Brasil . O êxodo rural, a industrialização e a proletarização do trabalho no campo, a expansão do mercado de consumo, ainda que concentrado nas classes médias e altas, foram solo fértil para que a emissora crescesse em consonância com outros processos estruturais de mudança ocorridos neste período. A TV Globo foi responsável por fomentar a indústria cultural nacional, captar, expressar e alimentar as angústias que caracterizam todas essas mudanças. A TV Globo, num conjunto de programação que intercalava fatos e ficção, jornalismo e dramaturgia, incentivou o consumo e vendeu o projeto do milagre econômico. A TV Globo corroborou para o sonho e para o imaginário do que deveria ser almejado como modelo de vida e de felicidade. Este trabalho pretende descrever, entender e questionar o papel da visualidade do espaço-cênico na realização desse projeto.

Sabe-se que nessas sete décadas de existência, e principalmente a partir da década de 70 aqui no Brasil, a televisão participou ativamente da transformação da face do país e do mundo. Ao se posicionar como uma mídia democrática e niveladora, pela imagem influenciou a apreensão que o espectador tem do mundo e de si mesmo. Ao entrar massivamente na casa de todos os brasileiros, a TV Globo mudou as regras e as práticas de convívio familiar e estabeleceu parâmetros de comportamento e rituais de convivência. Sorrateiramente a televisão deixou de ser um eletrodoméstico colocado no canto da sala para ser a estrela do lar, a parte central da família. O layout da sala de visita se transformou, abaixou-se a altura da mesa de centro em frente ao sofá para que esta não atrapalhasse a visão de suas imagens moventes, mudou-se o desenho dos sofás que passaram a ser mais acolchoados e reclináveis.

A televisão, assim como num supermercado, colocou os bens culturais e materiais na prateleira do desejo como se estivessem acessíveis para o consumo da população, pretendendo que a cultura de massa fosse civilizadora da população que deslocava-se para as cidades. Ela inaugurou uma nova forma de lazer promovendo outros interesses e proporcionando outras abordagens no esporte, teatro, cinema, música, turismo, arte, folclore, moda, política, representação, cinema. A televisão afetou a fala e a língua dos brasileiros uniformizando a linguagem de um país continental, ao mesmo tempo que também afirmou-se como a mais competente ferramenta de venda de bens e serviços, ideias e sonhos até a revolução tecnológica da internet. A televisão se transformou na principal fonte de informação e notícia para as mais amplas camadas de espectadores de todos os níveis, idades, classes sociais e

⁸ O milagre econômico brasileiro foi a época de crescimento econômico elevado durante a ditadura militar brasileira, entre 1969 e 1973. Concomitantemente, houve no país o aumento da concentração de renda e da desigualdade social.

culturais. A televisão invadiu as casas trazendo um único mundo, uma única visão de mundo, de poucos para todos. Uma nova sociedade capitalista de massa surgiu no Brasil sem que determinadas regiões, grupos sociais, diversidades de falas e corpos fossem devidamente compreendidos e representados pela imagem da telinha. O espaço cênico, em sua capacidade de construção de visualidades, colaborou ativamente para construir uma proposta de identidade nacional e para institucionalizar o código pelo qual os brasileiros se reconhecem brasileiros e principalmente, desejam ser brasileiros.

2.1.3. DIZEM QUE EU NASCI AMERICANIZADA - O CASO TIME- LIFE

Como um dos fatores que favoreceu a consolidação da TV Globo cito a sociedade com o grupo Time-Life. Bial (2004), escreve que em 1961, quando a concessão do Canal 4 ainda pertencia à Rádio Globo, dava-se início às escavações para a construção dos estúdios da TV Globo no bairro do Jardim Botânico no Rio de Janeiro.

Imagem 03 - Construção dos estúdios do Canal 4. Foto de 1962.



Fonte: Foto: Vasco/Agência O Globo.

<https://historia.globo.com/memoria-roberto-marinho/documentos/noticia/a-construcao-da-tv-globo.ghtml>

Como no Brasil ainda havia pouca experiência jornalística e de radiodifusão, e nenhuma experiência em televisão, o grupo Time-Life entraria com a experiência em jornalismo e televisão, com um contrato de assistência técnica e outro de participação de lucros. Segundo Bial (2004), ambos os contratos, na visão da TV Globo, não feriam a constituição que até hoje não permite a participação de estrangeiros e de capital estrangeiro na gestão ou propriedade das empresas de comunicação. Com relação ao contrato de assistência técnica, a empresa Time-Life se comprometeria a enviar para a TV Globo, na qualidade de assessora da diretoria, pessoa capacitada no campo da contabilidade. A empresa norte-americana asseguraria também o treinamento da equipe da TV Globo nas especialidades necessárias para a operação técnica. O ministro da fazenda do governo de João Goulart, Walter Moreira Salles recebeu uma carta do presidente do conselho da Time-Life:

De acordo com a constituição brasileira, não podemos fazer o mesmo no Brasil. Entretanto, estamos desejosos de proporcionar a estações brasileiras a experiência e os conhecimentos adquiridos, e de colaborar com parte do custo de instalação das estações mediante suprimentos em conta de participação nos lucros, sem participar, entretanto, da orientação intelectual ou administrativa das estações, como exige a Constituição brasileira. (HEISKELL, apud BIAL, 2005, p.187)

Essa sociedade gerou em 1965 uma Comissão Parlamentar de Inquérito, conhecida como CPI da Time-Life. Os trabalhos da Comissão Parlamentar de Inquérito, que foi presidida pelo deputado Roberto Saturnino Braga, terminaram em setembro de 1966, com um parecer desfavorável à TV Globo. Os parlamentares consideraram que os contratos firmados com o Time-Life feriam a Constituição, alegando que a empresa norte-americana estaria participando da orientação intelectual e administrativa da emissora.

Segundo o *site* Memória Globo (2024), um dos pontos mais polêmicos da CPI foi a análise das funções na TV Globo do assessor enviado pelo grupo Time-Life, Joe Wallach, onde os parlamentares questionaram o papel deste funcionário do grupo norte-americano, na emissora brasileira. No seu depoimento, Joe Wallach afirmou que era apenas um consultor, que dava ideias gerais de promoção, de assistência técnica e de compra de mercadorias, afirmou não ter nenhuma responsabilidade sobre a parte financeira e nem sobre a programação da emissora. Posteriormente ele se naturalizou brasileiro e assumiu o comando da TV Globo junto com José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni e Walter Clark.

Para Filho (2001) é possível então concluir, que o modelo de funcionamento da TV Globo se baseou no modelo americano. A influência abrangia desde o modelo de negócio, modo de produção, até o tipo de programação; o uso e o tipo de equipamento, a formação das equipes, o desenho dos estúdios; os formatos de programas de variedades, entretenimento,

shows ao vivo, séries e seriados, passando até mesmo por novelas; difícil para o autor citar o que não tem influência norte-americana. Considerando ainda o contexto histórico do início dos anos 60, auge da guerra fria cujo conflito era baseado em torno da luta ideológica e geopolítica pela influência global de duas potências, Estados Unidos e União Soviética, a televisão foi portanto, desde sua origem, junto ao cinema, o principal meio de divulgação do modelo de vida norte-americano. A maciça divulgação de mídias estadunidenses, incluindo os programas de TV, filmes e música é considerada um dos maiores componentes do processo de americanização⁹.

2.1.4. O FAMIGERADO TRIPE¹⁰

A Partir de 1969, a TV Globo deixa de ser comandada por artistas e jornalistas e passa a ser comandada por publicitários como Filho (2001) define: o “Famigerado Tripé” formado por José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni; Joe Wallach e Walter Clark. Este fator favoreceu a consolidação da TV Globo, pois a partir deste momento, formou-se uma equipe de produção e administração preocupada em otimizar o marketing e a propaganda, unida a um grupo de criadores vindos do cinema e do teatro, como Dias Gomes, Mário Lago e Walter Avancini. Segundo Filho (2001), essa união improvável e heterogênea criou as estruturas da TV Globo que até hoje assistimos: uma programação resumidamente composta por um sistema rotativo de anúncios com venda de pacotes de horários; por uma grade fixa de programação; por um padrão de qualidade baseado em recursos humanos e tecnológicos; e finalmente pela criação de um *star system*, sistema de estrelas¹¹.

⁹ Termo empregado para descrever a influência que os Estados Unidos exercem sobre a cultura de outros países, resultando no fenômeno da substituição de uma determinada cultura pela cultura norte-americana.

¹⁰ Como Daniel Filho em seu livro O Circo Eletrônico (2001) se refere a esses três profissionais.

¹¹ Star system, ou seja, sistema das estrelas, foi um sistema de contratos exclusivos e de longo prazo assinados por atores e atrizes com a TV Globo. Esse tipo de contrato existia na indústria americana de cinema onde um ator assinava um contrato com um determinado estúdio de Hollywood, que passava a controlar a carreira dos artistas.

Imagem 04 - foto de Roberto Marinho com José Ulisses Arce e o famoso tripé de criação formado por José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni junto com Walter Clark e Joe Wallach.



Fonte: Acervo Globo. <https://historia.globo.com/memoria-roberto-marinho/empresas/noticia/tv-globo.ghtml>

Esse tripé, segundo Filho (2001), criou um modelo de televisão no Brasil que conseguiu aliar a administração, a produção e a comercialização de seus produtos. Conseguiu consolidar um elenco profissional sob contrato de exclusividade, conseguiu formar equipes e profissionais de televisão que antes não existiam. Conseguiu formatar processos de trabalho transformando a cadeia de criação em um sistema industrial capaz de atender a uma alta demanda de produção resultado da própria demanda de exibição. Esses fatores, aliados a uma tentativa de permanente atualização tecnológica, foram responsáveis pela existência do que profissionais de fora da TV Globo apelidaram de Padrão Globo de Qualidade. Filho (2001) defende que o padrão de qualidade surgiu como prêmio do consequente reconhecimento e fidelidade do público. Segundo o autor, a audiência do canal disparou e o monopólio se instaurou, o padrão de qualidade da TV Globo se transformou em grife. Chegar em casa e ligar a TV no Canal 4 tornou-se hábito e parte da rotina da família brasileira.

É o posicionamento correto diante de seu mercado e a entrega de um produto adequado, capaz de conquistar a confiança dos consumidores. Isto é, com uma boa estratégia de marketing, forma-se o hábito de ver o nosso canal. Na relação do hábito passa a existir a afetividade. O espectador fica habituado a ver televisão

porque passa a ter afeto a ela. O segredo da televisão está em como criar o hábito. (SOBRINHO, apud BIAL, 2005, p.56)

Segundo Filho (2001) o objetivo de Roberto Marinho era, dentro de um espírito altamente realista de administração, perseguir um posicionamento mercadológico da empresa, elevar a qualidade da programação e o nível cultural e artístico da televisão brasileira, sem deixar nunca de perseguir e manter a liderança. O auge do processo de consolidação do padrão de qualidade da TV Globo foi a inauguração em 1995 do Projeto Jacarepaguá, PROJAC, cujo objetivo era abrigar a Central Globo de Produção, CGP, e funcionar com altos índices de produtividade, estrutura e controle industrial.

2.1.5 PADRÃO DE QUALIDADE – O QUE É BOM ESTÁ NA GLOBO.¹²

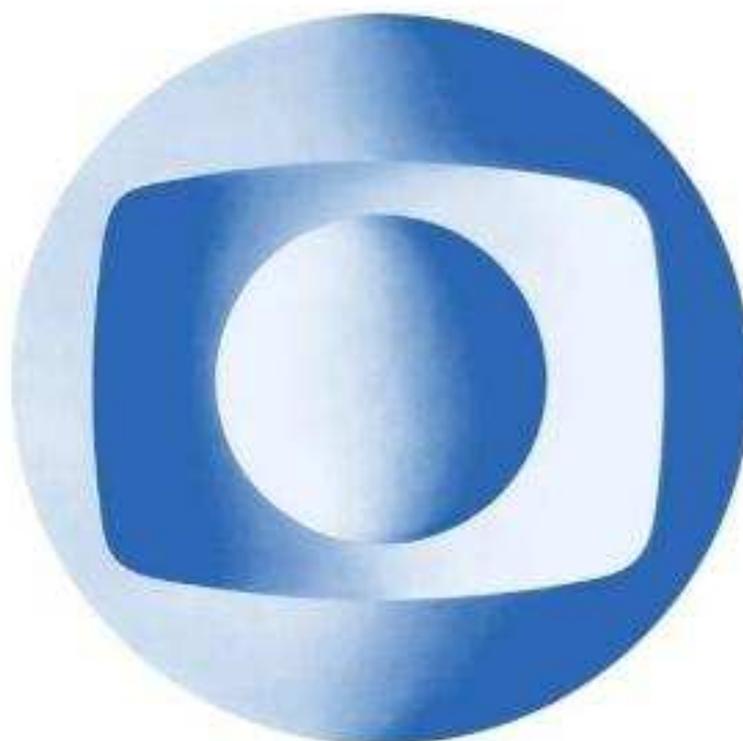
Era consenso entre esse trio, segundo Bial (2004) formado por Boni, Joe Wallach e Walter Clark, que a TV Globo precisava avançar, não podia regredir. A programação precisava estar com os espectadores, ao mesmo tempo em que não poderia se limitar aos desejos do público, precisava ir além do que ele esperava ou imaginava. Criou-se então um conjunto de regras implícitas e explícitas que nortearam as operações da empresa a partir do conhecimento repassado através do acordo com a Time-Life na década de 60. A TV Globo incorporou a partir desse acordo, inúmeros conceitos e princípios que nortearam a forma de produzir o conteúdo de sua programação. Perseguindo a ideia do Boni de que tudo pode ser melhor, de que é necessário fazer o que deve ser feito, sem erros e fazendo bem feito; buscou-se atingir um padrão técnico, estético e artístico.

Para vender fez-se necessário criar uma via de comunicação e de identificação através do qual o indivíduo formaria sua própria identidade ao estabelecer na telinha sua interação social, seu entendimento do Brasil e dos brasileiros. Com conteúdo abasileirado numa embalagem americanizada, o padrão de qualidade mostrava o Brasil para os brasileiros. Na minha análise, mostrava um Brasil limpo, feliz, cordato, e uniforme apesar das dimensões continentais. Unificava-se as cores, a diversidade, as diferenças, as raças, os anseios, os corpos, os sotaques em prol de um modelo de vida que transformava pouco a pouco as pessoas em consumidores do padrão de vida capitalista norte-americano.

¹² Slogan da TV Globo criado por José Bonifácio de Oliveira Sobrinho usado entre 1969 e 1975.

Entendo que a criação de uma imagem específica da emissora com uma identidade própria faz parte desse processo. Era e até hoje é imperativo que os programas da TV Globo falem por si só, pertencendo a uma mesma linguagem, de maneira que quando alguém entra na sala e ligue a televisão saiba logo à primeira vista que se trata de um programa da TV Globo ou produto Globo. O espaço cênico visual criado pelas equipes artísticas é fundamental para a materialização dessa linguagem única e pela corporificação da identidade da emissora. O designer Hans Donner, que nunca atuou como diretor de arte dos programas, foi uma das aquisições da empresa que a partir de 1975 tornou-se responsável pela transmutação dessa ideia de identidade própria numa imagem síntese. Com criações que vão desde as vinhetas e logomarcas da TV Globo, passando pelas aberturas de programas como *Fantástico*, novelas e programas de humor, ele conseguiu tornar visível a intenção de colocar o Brasil numa embalagem internacional.¹³

Imagem 05 - logomarca da TV Globo criada por Hans Donner em 1975



Fonte: <https://tvhistoria.com.br/globo-apresenta-nova-identidade-visual/>

¹³ Infelizmente esse tema é extremamente amplo e este estudo não tratará dele.

Com a implementação do Padrão Globo de Qualidade, cada programa passou a ser tratado como um produto dentro de um mercado cultural de massa. Esse conceito da televisão como uma empresa que produz para servir ao grande consumo inaugurou a necessidade de um posicionamento que levasse em conta a opinião pública e os níveis de audiência.

É preciso também colocar em pauta que padrão é um parâmetro dentro de uma finalidade a que se destina, e não um valor que supõe ser bom ou ruim. As elites intelectuais e o poder cultural, autoritários como qualquer minoria em posição de poder, impõe como padrão de qualidade os valores, ideias, conceitos e estéticas que esmagam as demais formas de manifestações artísticas provenientes principalmente dos segmentos dominados da sociedade. A televisão não trabalha fora dos padrões ético-culturais e estéticos vigentes, ela incorpora tendências emergentes em estado de aceitação ou já aceitas, operando no limite do permitido. Ela é destinada a manter as condições de produção predominantes, o padrão dominante é da minoria reinante: no Brasil é notório que a minoria dominante é masculina, branca, urbana, e heterossexual. No meu entendimento, as pequenas transgressões que os padrões dominantes permitem, porém sob controle, existem para que o meio possa se expandir e ganhar uma aparência democrática, diversa e representativa que seguem sempre as necessidades do mercado de consumo.

Embora o Padrão Globo de Qualidade pareça apontar para padrões técnicos visando eficiência, produtividade, tecnologia e modernidade, também carrega em si valores, desejos e uma estética próprios à elite dominante. Ao afirmar a modernidade, a globalização e o cosmopolitismo, podem ignorar o artesanal, as tecnologias ancestrais brasileiras e os processos culturais que também dizem respeito a grande parcela da população. Importante lembrar que o conteúdo produzido e exibido pela TV Globo é feito por poucos para muitos.

Muitos pesquisadores afirmam que os programas de televisão não podem ser considerados obras de qualidade por serem um produto de massa, feito num processo de produção industrial. Távola (1996) afirma categoricamente que a televisão nunca será um produto de vanguarda. Porém o verdadeiro desafio dos críticos e pesquisadores deste meio de comunicação deveria ser o de estabelecer critérios que permitam apontar os esforços daqueles que, contra todos os obstáculos, conseguem desafiar as estruturas, modelos estabelecidos e as necessidades do mercado para realizar um programa que encontre brechas para subverter a lógica da produção.

Portanto, lateja no padrão mercadológico intensa pulsação dialética: seu caráter comunicativo democratiza a estética ao mesmo tempo que lhe limita a expansão artística. A televisão nunca será um produto de vanguarda, a televisão em circuito

aberto gera, sempre, um produto-programa cuja estética, ideológica e semântica devem estar em íntima relação com a média. O meio de massas opera sobre a estética do conhecido. A estética da acomodação, e não da rebeldia ou da denúncia, o padrão mercadológico é conforme, consoante, integrado nos valores já aceitos pela média. (TAVOLA, apud org. MACEDO, FALCÃO, ALMEIDA, 1988, p. 140)

Mas afinal o que é qualidade? É possível afirmar, mesmo a despeito da existência do padrão de qualidade, que todos os programas da TV Globo possuem qualidade? A riqueza e a ambiguidade dessa palavra devem ser vistas como fonte de questionamentos e não de certezas. Conforme escreve Machado (2003), é urgente almejar um conceito de qualidade que permita valorizar trabalhos nos quais os constrangimentos industriais não sejam esmagadoramente conflitantes com a inovação e a criação de alternativas diferenciadas, nas quais a expressão dos artistas criadores não seja totalmente violada pela demanda de audiência.

Muitos críticos e até mesmo profissionais da TV, apontam a existência de uma dicotomia entre produzir um programa buscando a qualidade ou um programa buscando audiência, como se ambos não pudessem estar presentes num mesmo programa. Porém esta afirmação traz a seguinte crença: quanto melhor o repertório, menor a audiência; quanto pior o repertório, maior é a audiência. Esse posicionamento esconde muita prepotência e muito preconceito ao atribuir valor ao gosto da maior parte dos espectadores. O que tem qualidade não pode ser popular, popular no sentido de ter audiência, de ser comentado nas reuniões de família e em redes sociais? O que é popular não pode ter qualidade? Machado (2003) afirma que um programa de qualidade e a qualidade na televisão deve ser capaz de equacionar essas questões.

Dizer que na televisão só existe banalidade é um duplo equívoco. Em primeiro lugar, há o erro de considerar que as coisas são muito diferentes fora da televisão. O fenômeno da banalização é resultado de uma apropriação industrial da cultura e pode ser hoje estendido a toda e qualquer forma de produção intelectual do homem. (MACHADO, 2003, p.09)

Parece contraditório manter a qualidade artística nos programas de televisão quando esta se submete ao processo industrial e às leis do mercado. O filósofo Didi-Huberman em seu livro *Sobre o Fio* (2013) coloca em questão a soberania do artista criador que nossa sociedade tanto idealiza face a encomenda feita por uma instituição. Segundo ele, a potência da arte se confronta constantemente com o poder das instituições que a cercam e lhe permitem trabalhar. Se por um lado as obras são inseparáveis das instituições, por outro as desviam da utilidade, da aplicação imediata, da mercantilização e da capitalização. Huberman (2013) faz uma

relação direta do artista criador com a imagem de um equilibrista na corda bamba que para ele é a representação perfeita de força e vulnerabilidade.

Posso afirmar que os profissionais criativos do audiovisual, sobre o fio, também atravessam esse abismo que define a produção artística da contemporaneidade. Autores, diretores, cenógrafos, produtores de arte, figurinistas, editores, etc..., sempre são colocados sobre o fio ao receber uma encomenda. Feita por uma determinada instituição empresarial, neste caso uma produtora de conteúdo, a encomenda deve se reportar diretamente a outras que a financiam. O trabalho a ser realizado, portanto, não vem somente de uma necessidade dos artistas envolvidos em exprimir uma ideia. Os profissionais da TV, artistas criadores, precisam “enquadrar” seus devaneios subjetivos nas necessidades de outros sujeitos.

Explorando o termo qualidade, segundo Machado (2003), dentro do padrão de qualidade podemos citar o padrão mercadológico, o padrão artístico, o padrão produtivo, o padrão tecnológico, o padrão ético, o padrão cultural, Encontrar o equilíbrio entre esses quatro padrões organizando essas forças antagônicas contraditórias é a missão dos profissionais de televisão. Essa tensão criadora pode gerar um produto de qualidade, e talvez uma obra de arte.

2.1.6 A GRADE DE PROGRAMAÇÃO

Junto com a consolidação do Padrão Globo de Qualidade veio a formação da Grade de Programação da TV Globo. Como marco histórico dessa revolução proporcionada pela administração do “famigerado tripé”, podemos citar o dia 01 de setembro de 1969 quando pela primeira vez na história da TV brasileira um programa foi transmitido ao vivo em rede: o *Jornal Nacional, JN*.

O anúncio do *JN* sintetizava seu objetivo: “A Rede Globo inicia sua arrancada para unir o país pela TV.” (SOUTO MAIOR, 2006, p.61) Na vinheta de abertura, Cid Moreira anunciava: “No ar, *Jornal Nacional*. A notícia unindo 70 milhões de brasileiros.” (SOUTO MAIOR, 2006, p.61)

A transmissão do *Jornal Nacional* começou às 19:45 bradando na voz de Hilton Gomes: “O *Jornal Nacional*, da Rede Globo, um serviço de notícias integrando o Brasil novo, inaugura-se neste momento: Imagem e som de todo o Brasil.” Cid Moreira anunciou: “Dentro de instantes para vocês, a grande escalada nacional de notícias”. (SOUTO MAIOR, 2006, p.61)

Imagem 06 - Hilton Gomes e Cid Moreira na bancada do *Jornal Nacional* em 1969.



Fonte: <https://oglobo.globo.com/cultura/jornal-nacional-primeiro-programa-de-tv-exibido-em-rede-para-todo-brasil-completa-50-anos-no-ar-23915328>

Paralelamente a esse avanço no jornalismo, a telenovela surge com força segmentando a grade de programação que consistia em intercalar notícias e dramaturgia. A grade da TV Globo pode ser resumida a sequência: dramaturgia, jornalismo, dramaturgia, jornalismo, variedades, onde são incluídos programas humorísticos e de auditório e dramaturgia semanal. A lógica por trás dessa grade de programação tornou-se paradigma por combinar ficção e realidade, reforçando assim uma narrativa do Brasil e do povo brasileiro. Uma combinação perfeita para narrar e vender esse “Novo Brasil” proposto pelo Governo Militar e pela necessidade da criação de um mercado consumidor.

Se por um lado a novela se consolidou através da dramatização de temas abordados pelo jornalismo enquanto produto artístico e cultural do país, representando a pós-modernidade por mesclar o novo e o atrasado, trazendo os temas do cotidiano, trazendo a suposta face do povo brasileiro para suas telas; por outro ela também passou a ser uma verdadeira vitrine de consumo ao se basear em pesquisas de opinião pública e de audiência e ao vender seus intervalos para publicidade. A visualidade criada pela equipe de arte da TV Globo foi fundamental para a sedução e a imersão dos espectadores nas diversas realidades criadas e propagadas. A costureira que morava no interior de Santa Catarina costurava para o carnaval a mesma fantasia da Viúva Porcina que a costureira que morava em Campo Grande, bairro da cidade do Rio de Janeiro. A ideia de regionalismos, de nordeste, sul e sudeste, de favela, de casa de pobre feliz, de pobre triste; de rico bondoso e de rico malvado; era

construída por visualidades e propaganda de norte a sul e de leste a oeste de um país continental muito mais plural e diverso do que aquele que assistia na telinha.

A dramatização do Brasil se dava tanto para controlar a narrativa politicamente e socialmente, criando personagens na vida real e fictícia, criando necessidades que se misturavam com desejos; quanto para vender um ideal de vida e de felicidade muitas vezes inalcançável. A roda do capitalismo estava em movimento, e os espectadores correndo atrás do próprio rabo. Se o assunto do *Jornal Nacional* era eleições presidenciais, a novela era *Que Rei Sou Eu* (1998) onde um suposto órfão filho do rei deposto tomava o poder através de uma revolução; se o assunto do *Jornal Nacional* era a ascensão da classe C, as novelas proclamavam em visualidades a alegria das favelas em *Cheias de Charme* (2012) e dos subúrbios em *Avenida Brasil* (2012); se no *Jornal Nacional* falava-se da seca do nordeste, as novelas infantilizam e menosprezam através de sotaques e jargões a população do nordeste; se o *Jornal Nacional* falava do progresso industrial, do agronegócio, a novela romantizava a vida campestre e a monocultura agrícola. Exemplos não faltam de idealização da realidade, inclusive quando as novelas dramatizaram temas sociais como a barriga de aluguel, a violência contra os idosos, o alcoolismo e a dicção às drogas.

A grade de programação, em conjunto com a consolidação da rede nacional, fixou-se a partir de 1970 e definitivamente em 1975 funcionando até bem pouco tempo definindo o que era apresentado. Segundo Williams (1974), nada na programação de uma emissora é definido pelo acaso ou aleatoriamente. Notícias são estrategicamente inseridas após uma sequência de telenovelas ou filmes, visando enfatizar ou amenizar determinados efeitos. Como lembra Jost (2007), é a partir da programação que emana o significado da mensagem televisiva.

(...) escolher conteúdos e colocá-los em faixas horárias, ação entendida como arte de programar, não é um procedimento neutro. A seleção, como a sucessão e a aproximação dos programas são criadores de sentido e contribuem para forjar a identidade da emissora. (JOST, 2007, p. 52).

No caso da TV Globo, as novelas desempenharam papel central na organização da grade, em que a vida real, apresentada em telejornais, se confunde com a ficção dos dramas das novelas. Bucci (1997) afirma que a estreia do *Jornal Nacional* “pega carona com o hábito do público com a ficção, (...) foi assim que o telejornal se tornou um hábito (...) como um entretenimento a mais na rotina do público” (BUCCI, 1997, p. 30). É comum assuntos serem encadeados, com matérias jornalísticas apresentando determinado fato e o mesmo ser abordado ficcionalmente na novela subsequente. Surge assim um ritmo fluido do conteúdo da

televisão, semelhante ao pensamento humano, e o telespectador se concentra nas múltiplas mensagens da programação.

Com a grade de programação, o espectador adquiriu o hábito de todo dia, naquela determinada hora, assistir o mesmo programa. O horário da novela e do *Jornal Nacional* tornaram-se uma instituição na TV brasileira e passou a determinar a hora do jantar, a hora do banho e a hora de dormir da população brasileira. Podemos questionar: o que veio antes? O hábito de jantar às 20:00 ou a novela das 20:00? O Jogo de futebol às 21:30 depois da novela? Ou a novela antes do jogo? O banho das crianças no horário do *JN*? Ou o *JN* no horário do banho das crianças? Esse horário da grade de programação da TV Globo que numa via de mão dupla também foi determinado por estudos de opinião pública e de audiência, acabou determinando também o horário da programação das outras emissoras. Podemos perceber que é necessário também pensar a televisão tendo o espectador não somente como um elemento passivo, que meramente absorve o que ela determina, mas também como alguém que influenciou e influencia os caminhos que ela percorre.

Ao criar o hábito de ver televisão criou-se a afetividade relacionada a ela. Quem não lembra daquela noite específica, que sentou com a família para ver o último capítulo da novela das 20:00 horas e descobrir quem era o assassino. Junto vem a lembrança do chocolate quente na noite fria, o lanche preparado no intervalo, dos comentários do dia seguinte. Saber falar sobre um programa de televisão era assunto tão importante e necessário quanto perguntar se ia chover. Afinal eram todos juntos, na mesma hora, assistindo a mesma coisa, em casas, cidades e estados diferentes. Só não se lembra da onde viu o capítulo final de *Roque Santeiro*, *Vale Tudo*, ou *Avenida Brasil* quem ainda não tinha nascido.

É o posicionamento correto diante de seu mercado e a entrega de um produto adequado, capaz de conquistar a confiança dos consumidores. Isto é, com uma boa estratégia de marketing forma-se o hábito de rever o nosso canal. Na relação do hábito passa a existir a afetividade. O espectador fica habituado a ver televisão porque passa a ter afeto a ela. O segredo da televisão está em como criar o hábito.(FILHO, 2001, p.56)

Passou-se então a produzir no mínimo três novelas diárias, sem considerar a faixa das 17:00 ocupada durante muito tempo pela dramaturgia diária e a das 22:00 ocupada esporadicamente pela dramaturgia seriada. Essa especificidade da grade, com esse volume de programas, só seria possível de ser realizado combinando a habilidade técnica dos profissionais de televisão presentes em toda a cadeia produtiva a um processo industrial de produção fundamentados no tal padrão de qualidade que repousa no solo de uma exigência

artística e estética em todas as etapas de criação e execução. Dentro desses profissionais de televisão, fazendo parte dessa grande cadeia produtiva, respondendo a todas as exigências artísticas e estéticas estava o departamento da criação de ambientes onde está localizada a cenografia.

A grade de programação inaugurou a era industrial da novela e de toda a programação adjacente a ela. Cada programa passou a ser tratado artisticamente de acordo com sua faixa etária e seu público alvo. A venda de anúncios seguiu a mesma segmentação por faixas de horários e estilos de programação. Este sistema baseado na grade de programação foi hegemônico durante boa parte do tempo da história da televisão aberta brasileira, porém cada vez menos funciona, definindo o que de fato será visto. Cada vez mais o público foi ganhando autonomia para poder decidir o que iria assistir, primeiramente mudando de canal com o controle remoto, passando pela explosão de canais a cabo e diversidade dos conteúdos apresentados. Além de mudar a forma de ver TV, o zapping e o zipping mudaram também a percepção da programação. Navegando pelo conteúdo, seja trocando de canais ou avançando e retrocedendo o programa gravado, o espectador aprendeu a assistir por amostragem, e buscar aquilo que lhe chama atenção. Portanto, pode-se perceber que, independentemente das tecnologias, o espectador busca autonomia para assistir apenas o que lhe interessa. Atualmente com as diversas possibilidades de plataformas e mídias digitais, não estamos mais criando nas novas gerações o hábito de ver televisão. A forma de consumo do produto audiovisual mudou drasticamente com a internet e ainda está em contínua transformação.

2.1.7 AS DIFERENTES FASES DA TELEVISÃO.

Cada etapa da televisão no Brasil tem um período definido a partir de acontecimentos que direta e indiretamente servem como ponto de referência para o seu início. O estabelecimento de cada fase foi determinado levando-se em conta o desenvolvimento da televisão brasileira dentro de nosso contexto sócio-econômico cultural. Pretendo observar a visualidade e a cenografia a partir deste ponto de vista histórico técnico e estético em cada fase citada. Segundo Mattos (1990) o desenvolvimento histórico da televisão brasileira pode ser dividido em 4 períodos a partir de acontecimentos que servem de referência: fase elitista que vai de 1950 a 1964; fase populista que vai de 1964 a 1975; a fase do desenvolvimento

tecnológico de 1975 até 1985; e a fase de transição e da expansão internacional de 1985 a 1990. Lopes (2004) inclui nesse estudo a fase de multiplicidade de oferta que vai de 1990 até 2000. Proponho um sexto período que vai de 2000 até 2020, que faz parte do recorte temporal deste estudo que teve início com a internet e se aprofundou com a multiplicidade de telas e se encerrou com a pandemia de Covid-19.

A fase elitista que vai de 1950 a 1964 inicia-se com a estreia da TV Tupi e termina com o acordo entre a TV Globo e o grupo Time-Life. Chama-se elitista pois, apesar do conteúdo popular, poucas eram as pessoas que tinham acesso à programação da televisão. Mattos (1990) descreve que o acesso à televisão se dava somente para a população que habitava nos centros urbanos onde as repetidoras estavam localizadas e para cerca de 200 aparelhos que existiam em todo o país em 1950.

Até 1959 todos os programas veiculados eram produzidos, exclusivamente, nas regiões onde estavam instaladas as emissoras. Nesta fase percebe-se que a cenografia e o espaço cênico estavam profundamente ligados aos processos teatrais, até mesmo porque o processo de gravação e interpretação ainda estava enraizado nesse modo de representação. Havia uma câmera somente, a programação era ao vivo e não havia videotape, o que mais tarde revolucionaria a estética televisiva e a aproximaria da linguagem cinematográfica. Desta fase, Cyro del Nero, cenógrafo da TV Excelsior e depois da TV Globo, relata uma grande precariedade de recursos tanto materiais quanto profissionais. (BURITI,1996, p. 51)

Imagem 07: Foto de Lia Marques no programa inaugural da TV Tupi (1950) Show na Taba. Arquivo Multimeios. CCSP



Fonte: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-09/tv-brasileira-programacao-primeira-decada>

Entendo que a mudança do espaço da representação faz parte da história do espaço cênico e portanto da cenografia, e a partir da invenção da televisão passa a suceder a transição feita pela cenografia do espaço teatral e cinematográfico para o espaço televisivo, criando este último pouco a pouco suas características próprias.

Na fase populista que vai de 1964 até 1975 o Estado exerceu um papel decisivo no desenvolvimento e na regulamentação dos meios de comunicação de massa, criando várias agências reguladoras, inclusive o Ministério das Comunicações (MATTOS, 1985). Os

militares influenciaram a integração do país, e através da TV incentivaram o consumo que alimentava o projeto do milagre econômico. Foi durante este período que o país iniciou a execução das obras de ampliação e modernização do sistema de telecomunicações, o que permitiu o surgimento das redes de televisão. A TV Globo surge em 1965 tendo, como visto anteriormente, o respaldo financeiro e técnico do grupo americano Time/Life. Houve a redução expressiva do custo dos televisores o que permitiu o acesso de outras camadas sociais a este bem de consumo. Com a instituição do AI-5¹⁴, a censura e a auto-censura passaram a interferir na programação e no conteúdo, cancelando novelas e cortando cenas inteiras. Alguns programas repentinamente eram interrompidos pela tela preta e um aviso que o conteúdo havia sido retirado do ar.

Inicialmente, as novelas da TV Globo, escritas pela cubana Glória Magadan, buscavam se distanciar da realidade, com frase proferida pela própria autora “meu ofício é fabricar evasão” (SOUTO MAIOR, 2006, p.29). Porém a TV Tupi trouxe a novela *Beto Rockfeller* (1968-1969) e com ela, a necessidade de modernizar o gênero e trazer assuntos do cotidiano nacional. É neste período que Daniel Filho, Janete Clair e Dias Gomes entram na TV Globo para revolucionar a dramaturgia. Segundo Filho (2001) ele foi chamado por Boni porque as novelas eram chatas, com textos absurdos e totalmente fora da realidade, a sua missão era aproximar a temática das novelas do público e introduzir linguagem do cinema na linguagem dos programas da televisão, e o que ele fez, segundo ele próprio, foi imitar.

¹⁴ O AI-5, Ato Institucional Número Cinco, foi o quinto grande decreto emitido pela ditadura militar nos anos que seguiram o golpe de estado de 1964. Considerado o mais duro de todos os Atos Institucionais, foi emitido pelo então presidente Artur da Costa e Silva. A partir dele, foi autorizada a censura prévia de: música, cinema, teatro e televisão, assim como imprensa e outros meios de comunicação. Qualquer obra poderia ser censurada se fosse entendida como uma subversão dos valores políticos e morais.

Imagem 08: novela Irmãos Coragem exibida em 1970. Com Tarcísio Meira, Cláudio Cavalcanti, Macedo Neto e Claudio Marzo.



Fonte: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/06/08/irmaos-coragem-completa-50-anos-veja-fotos-e-curiosidades.ghtml>

Podemos assistir nesta fase a mudança de temas a serem tratados, deixando as novelas fantasiosas para aquelas que traziam reflexões cotidianas e enraizadas nas notícias e nos temas que dominavam as mesas de refeições. A evolução no processo e a criação do videotape proporcionaram a possibilidade de maior realismo e a proximidade com a estética cinematográfica, a televisão se afastou cada vez mais da linguagem teatral, e a cenografia tentou se aproximar mais dos espaços realistas. O cenário televisivo deixou a dimensão metafórica existente devido a precariedade e adquiriu uma tendência de descrição do real de uma maneira mais fotográfica (ORTIZ, 1989, p. 140).

A imagem da telinha dispensou o cenário de formato fantasioso que trouxe uma alternativa realista incorporando elementos e referências as quais os espectadores poderiam se identificar por fazerem parte de sua vida ou por desejarem que assim fizessem. A casa da protagonista deixou de ser um castelo medieval para ser uma casa num grande centro urbano, preferencialmente no Rio de Janeiro ou São Paulo.

Sinto-me feliz, todas as noites, quando ligo a televisão para assistir ao jornal. Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se

tomasse um tranqüilizante após um dia de trabalho. (MÉDICI, apud RAMOS, 2002, p.120)

Imagem 09: novela O Bem Amado, primeira novela a cores exibida em 1973 que encerra a segunda fase e divulga o Brasil colorido e exótico.



Fonte: <https://gshow.globo.com/novelas/mundo-de-novela/noticia/nos-50-anos-da-tv-em-cores-no-brasil-veja-curiosidades-de-o-bem-amado-a-primeira-novela-colorida.ghtml>

Na cena da imagem acima, os personagens ironicamente comentam o fato de estarem assistindo a uma televisão a cores. Segue diálogo da cena transcrito:

- Mas é uma beleza!
 - O céu fica azulzinho, a grama fica verde.
 - Se eu não estivesse vendo, não acreditava, é espantoso!
 - Parece milagre!
 - Pra mim parece coisa do demônio.
- (GSHOW>GLOBO>COM, 2022)

Na terceira fase do desenvolvimento tecnológico, que compreende o período de 1975 a 1985, os militares foram perdendo a hegemonia e a opinião pública começou a clamar pela redemocratização cujo ápice ocorreu com o movimento das Diretas-Já. Os chamados enlatados americanos foram substituídos gradualmente pela produção nacional, a TV Globo adquiriu o monopólio do mercado das telecomunicações no Brasil e começou a exportar novelas para vários outros países. Também é importante citar a chegada de maior

concorrência com a fundação do Sistema Brasileiro de Televisão, SBT, em 1981 e da TV Manchete em 1983.

Imagem 10 - cena da novela Gabriela em 1975



Fonte:

https://www.facebook.com/tvglobo/photos/a.190661634363558/829586967137685/?paipv=0&eav=AfbDly2OV4f0_yqKWu8sfOSsxYpLYoefsg5rhub7OEPAJITLi88tIggF0faY_jkiXcE&_rdr

A partir deste momento de desenvolvimento técnico e tecnológico a televisão começou a exibir programas que atendiam exatamente o tipo de Brasil que o Brasil queria ver: bonito, exuberante e colorido, alegre e cordial. A programação começou a ser exibida em sua grande maioria a cores, e as equipes artísticas começaram a abusar dos contrastes, das cores e da estética tropicalista para apresentar o Brasil para si mesmo e para o resto do mundo.

Imagem 11 - cena na casa da Viúva Porcina na novela Roque Santeiro de 1985.



Fonte: <https://Globoplay.globo.com/v/9526197/?s=0s>

Porém, como descreve Bial (2004), Roberto Marinho reconheceu que existem momentos que a tv influencia a opinião pública e outros momentos que a opinião pública influencia a tv. Depois de alguns dias sem que a TV Globo tivesse noticiado as manifestações pelas diretas-já, o movimento ocupou as ruas, recebeu adesão popular e tornou-se inevitável aderir a ele. O fim desta fase coincidiu então com a campanha política pelas eleições diretas, realizadas em 1984, e posterior eleição por via indireta de Tancredo Neves, para presidente, e José Sarney, vice-presidente.

Achamos que os comícios pró-diretas poderiam representar um fator de inquietação nacional e por isso realizamos, num primeiro momento, apenas reportagens regionais. Mas a paixão popular foi tamanha que resolvemos tratar o assunto em rede nacional. (MARINHO, apud BIAL, 2006, p.286)

A quarta fase, chamada de fase da transição e da expansão internacional, coincide com o “fim” da ditadura e a redemocratização. Neste período há uma franca expansão internacional da TV Globo com a venda de novelas e séries, e muitas concessões são distribuídas para garantir as eleições. O governo da Nova República também se utilizou da

mídia eletrônica para obter respaldo popular. As emissoras de televisão continuaram a servir ao novo governo da mesma forma que ao regime militar. Segundo LOPES (2004), os debates entre os candidatos, transmitidos pelas redes de televisão por exemplo, atingiram os mais altos índices de audiência, tendo a capacidade de influir decisivamente nos resultados das eleições. É de conhecimento público que Boni, então vice-presidente de operações da TV Globo, declarou ao jornal Folha de São Paulo que a edição tinha sido desequilibrada. No programa Dossiê Globo News exibido em 26 de novembro de 2001, o jornalista Geneton Moraes Neto entrevistou o então ex-diretor Boni que admitia ter havido manipulação por parte da TV Globo no debate entre Fernando Collor e Lula, então candidatos à presidência da república em 1989.

A Globo era uma das instituições de poder no Brasil e sempre houve um certo sentido nisso, porque o poder da televisão é muito grande. Se você não tem um sentido institucional, é um perigo, e Roberto tinha sentido institucional. Tem gente que põe fogo no circo, quer se divertir. Tem gente que acha melhor não botar fogo no circo. Era uma visão conservadora: Não é questão de ser conservadora, é que você tem que ter bons argumentos para saber o que vem depois. Você tem que ter uma visão estratégica. ele tinha visão estratégica. (CARDOSO, apud BIAL, 2004, P.282)

Como cita Armando Nogueira, “Em síntese: a televisão, como entidade de direito público, reflete o poder dominante” (NOGUEIRA, apud (org) MACEDO *et all*, 1988). A influência da TV Globo se torna cada vez maior, sua liderança esmagadora a transforma numa instituição de poder no país, ela passa a dominar a pauta e determinar a narrativa dos acontecimentos. Segundo Bial (2004), o próprio Roberto Marinho impede uma manchete de jornal que anunciava uma inflação maior do que a esperada durante o plano cruzado alertando que se a TV Globo dissesse que a inflação iria subir, a inflação subiria. Para o autor, Roberto Marinho entendia que precisava-se ter em mente o peso da TV Globo ao dar uma notícia, pois a repercussão era muito grande, e a ampliação da notícia teria potencial de virar crise.

A programação da televisão, em especial as novelas passaram a ser nesta fase, uma grande praça de discussão social e de problematização do país. A elaboração deste espaço acontece inevitavelmente pela construção da imagem veiculada na telinha que apresenta o real imaginado, para muitos verossímil, que a cenografia estabelece em conjunto com todas as outras equipes que compõem o grande departamento da criação de ambientes¹⁵. Se “a novela tornou-se uma forma de narrativa sobre a nação e um modo de participar dessa nação

¹⁵ Detalharemos os diversos departamentos que compõem a equipe do departamento de criação de ambientes na TV Globo em capítulo específico dessa discussão dada a importância e complexidade do assunto.

imaginada” (LOPES, 2003, p.30), o espaço cênico visual tem papel fundamental nesta construção.

Imagem 12 – Sala da casa de Lineu no seriado *A Grande Família* (2002)



Fonte: print screen de tela de reportagem sobre os 10 mais importantes cenários da televisão brasileira: <https://casavogue.globo.com/lazer-e-cultura/noticia/2024/11/cenarios-televisao-brasileira.ghtml>

A quinta fase que vai de 1990 até os anos 2000, chamada de multiplicidade de ofertas por Brittos (1999) coincide com a chegada da tv a cabo, a ampliação do uso de videocassete com a explosão das locadoras de vídeo, e a transmissão de programas de diversas origens. A disputa pela audiência para o autor provocou a queda na qualidade da programação da televisão aberta, pois os programas precisaram aderir ao sensacionalismo e à exploração humana. Afirmção controversa se colocada em paralelo às questões levantadas por Machado (2003) sobre o que é qualidade na televisão onde o autor defende que a qualidade deve ser capaz de equacionar uma variedade muito grande de valores e oferecer programas que sintetizem o maior número possível de “qualidades”.

Um conceito de qualidade que permita valorizar trabalhos nos quais os constrangimentos industriais (velocidade e standardização da produção) não sejam esmagadoramente conflitantes com a inovação e a criação de alternativas diferenciadas, nos quais a liberdade de expressão dos criadores não seja totalmente avessa às demandas da audiência, nos quais as necessidades de diversificação e segmentação não sejam inteiramente refratárias às grandes questões nacionais e universais. (MACHADO, 2003, p.25)

A respeito da programação desta fase, o programa *Linha Direta* foi uma resposta da TV Globo para os programas de jornalismo sensacionalista reunindo dramaturgia e jornalismo. Filho (2001) escreve que este programa nasceu em 1998, fruto de uma pesquisa que serviu para checar o segmento de audiência que estava disponível em casa e não estava ligando a televisão. Filho (2001) descreve o programa como “forte, popular, que podia ser feito como utilidade pública e funcionar para essa determinada faixa de público” (FILHO, 2001, p 341).

Linha Direta foi um programa dedicado a apresentar crimes que aconteceram no Brasil e cujos autores ainda estavam foragidos da justiça ou ainda não tinham sido revelados. Ele fazia uma dramatização dos fatos com atores profissionais, intercalando imagens de entrevistas e depoimentos de vítimas ou testemunhas. No final de cada episódio, a foto do foragido era divulgada e era fornecido um número de telefone ou e-mail que garantia o anonimato do denunciante. Apesar de ser amplamente criticado por seu conteúdo e formato sensacionalista, ganhou diversos prêmios e inclusive a medalha Tiradentes da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro por ter ajudado a prender centenas de foragidos.

Visualmente pobre e com uma produção com recursos escassos se comparada com os recursos das novelas consideradas pelos internos como produtos líderes de audiência, *Linha Direta* conseguia parecer verdadeiro por justamente fugir do Padrão Globo de Qualidade. Os cenários eram na sua maioria pobres, sujos e maltrapilhos, e portanto pareciam reais e não simulacros feitos para dramatizar um acontecimento da vida real. Ao lado da imagem havia inclusive o carimbo "simulação" para deixar bem claro que não se tratava da realidade. A feiura da imagem ao mesmo tempo que aproximava o espectador do personagem, provocava o efeito de não querer pertencer a aquela parcela de vida que ali era retratada. O efeito da recusa, no meu entender, estimulava a delação.

Imagem 13 - cena do programa *Linha Direta*, caso 1: Rosileide Natalina.



Fonte: print screen da tela do youtube:

<https://www.youtube.com/watch?v=awPVoP-La9Y&list=PLL8mgvzsRV0yYB-gNM7wnyGw7uhp9JyGk>

Desta quinta fase a primeira versão da novela *Pantanal* apresentada e produzida em 1990 pela TV Manchete é um exemplo emblemático. Contrariando a afirmação, de que a qualidade dos programas de televisão diminuíram devido à concorrência, a novela *Pantanal* escrita por Benedito Ruy Barbosa e dirigida por Jayme Monjardim, colocou na tela o regionalismo visto através da linguagem do cinema com seus grandes planos gerais e silêncio das falas das personagens. Suas imagens, enquanto vendiam a criação de gado, revelavam a exuberância da natureza, a beleza da região e até mesmo a sensualidade da paisagem em paralelo a sensualidade da mulher brasileira. Por mais uma vez, a concorrência com outra emissora trouxe inovação e criou um outro patamar de qualidade que passou a ser perseguido pela TV Globo.

Imagem 14 - paisagem da novela pantanal como o centro da imagem.



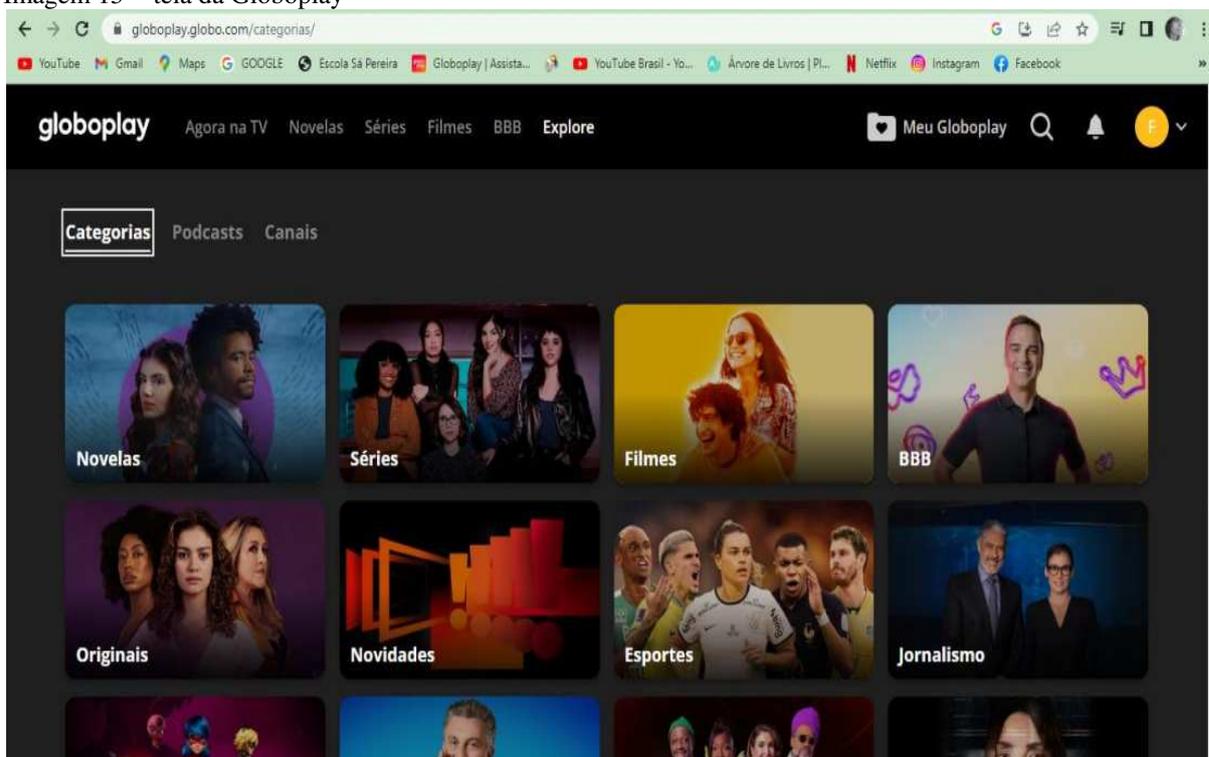
Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=tBNer3oUoRk>

A sexta fase nos traz aos anos 2000 até o ano de 2022, consiste na revolução tecnológica da internet e da multiplicidade de telas. O formato da tela mudou, as câmeras passaram a ser digitais, depois passaram a ser 4K, passaram a ser bem menores, a estarem inclusive em *drones*. A constituição do espaço cênico pôde romper com inúmeras regras que perduraram para poder abrigar as antigas tecnologias. Além dessas mudanças tecnológicas, a revolução digital dos anos 2000 colocou em xeque o modelo de produção da TV Globo baseado em anunciantes, explodiu a grade de programação e implodiu o hábito de assistir a TV aberta nas gerações mais novas. Existe agora um mercado aberto que aumentou significativamente a concorrência.

A disseminação da internet e o acesso a outras fontes, a televisão aberta, em especial a TV Globo, está se transformando em apenas mais um dos meios de informação e de entretenimento, correndo o risco de deixar de ser o principal. Entretanto não cabe, neste espaço, a discussão sobre o valor positivo ou negativo dessas mudanças, mas resta a observação de que as facilidades de acesso e a portabilidade dos dispositivos facilitam o consumo, bem como a produção, a edição e a publicação de conteúdos informativos e audiovisuais pelos próprios espectadores e profissionais independentes. Cabe aqui discutir

como o espaço cênico visual e suas formas de produção estão sendo afetadas por essas novas transformações dos espaços de representação. A concorrência tem provocado movimentações nas equipes internas e externas, arejando práticas e aquecendo o mercado audiovisual. Em função da criação de novas demandas, práticas e processos antes consolidados estão sendo questionados em busca de novas linguagens e novos orçamentos. Pouco a pouco a estrutura industrial da produção tem incorporado nas suas equipes o profissional que abraça as atribuições da direção de arte.

Imagem 15 - tela da Globoplay



Fonte: <https://Globoplay.globo.com/categorias/>

2.1.8 A AUDIÊNCIA

Segundo Filho (2001), a programação da TV Globo foi erguida em cima dos pilares das pesquisas de audiência que serviram de apoio para a percepção e a sensibilidade dos produtores, autores e diretores, assim como para se idealizar um programa visando um público determinado. O autor conta que José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, montou um departamento de análise e pesquisa para obter e trabalhar a partir desses dados.

Foram e ainda são feitas pesquisas quantitativas e pesquisas qualitativas para avaliar cada programa. As quantitativas medem o volume de espectadores através do índice de

audiência que mostra em porcentagem quantos aparelhos estão ligados em uma determinada hora e num determinado programa. As pesquisas qualitativas são o resultado de entrevistas diretas com os espectadores, por amostragem, para conhecer suas opiniões e seus desejos em relação ao programa exibido. Para avaliar os programas, é usado um grupo de discussão formado por um grupo de pessoas de diferentes classes sociais. Tudo precisa ser acompanhado pelas pesquisas de audiência e pode ser modificado para e em função delas.

Na elaboração da programação e de cada programa é preciso avaliar todas essas variáveis, pois elas determinavam e ainda determinam o tipo de anunciante que vai pagar pelo espaço publicitário da faixa horária. Num sistema rotativo de anúncio que consiste na venda de pacotes de horários, cada programa precisa ser tratado como um produto dentro de um mercado cultural de massa. Essa característica conceitual da TV Globo como uma empresa que produz para diversos públicos e conseqüentemente para o grande consumo requer dela um posicionamento frente ao mercado proveniente das pesquisas de audiência e de opinião pública. Cada vez mais os programas de tv mobilizam a opinião pública e são movidos por ela.

A telenovela é a única chance que o escritor tem de realizar um trabalho com a coautoria do ator, dos diretores - de toda a equipe - e do público, porque é com a resposta a cada capítulo que a nossa imaginação vai sendo estimulada a continuar aquela história. (BRAGA, apud FILHO, 2001)

Como cenógrafa participei da equipe do programa *Malhação 2010-2011*. Escrita por Emanuel Jacobina, teve direção de Adriano Melo e Leonardo Nogueira, também diretor geral e a direção de núcleo foi de Ricardo Waddington. Esta novela teve um dos seus cenários totalmente reformulados em função de uma pesquisa feita a partir de um grupo de discussões: o Bar Botecão se tornou o Boladão. A pesquisa constatou, entre outras questões, que o público da faixa das 17:00 composto principalmente por adolescentes, crianças e mulheres que trabalham exclusivamente para a família não se identificavam com o perfil criado pelo programa para esse cenário que deveria ser o ponto de encontro de adolescentes: afinal, o que adolescentes fariam num boteco? O conceito do cenário foi totalmente reformulado pelo autor, diretor para se tornar uma casa de sucos com jogos e com um visual de albergue.

Segue abaixo uma foto do cenário do Bar Botecão que mostra o cenário e suas características de boteco:

Imagem 16 - Foto do Bar Botecão antes da reformulação



Fonte: <https://gshow.globo.com/novelas/malhacao/2010/fotos/2011/03/galeria-de-fotos-do-capitulo-20102010.html#F25140>

Neste trabalho eu apresentei para a direção diversas pesquisas de referências até que chegamos ao consenso de que não deveria ser somente uma representação da realidade, mas que tinha que estar num lugar de desejo. Escolhemos a imagem da fachada de um book shop em Amsterdam como ponto de partida. E a partir dela eu precisei abrasileirar a decoração mantendo o “charme” europeu: esta era a encomenda. Apresentei várias pranchas de referência, plantas, croquis e perspectivas até a aprovação final, neste sentido o meu papel como cenógrafa se aproximou muito do papel desempenhado pela direção de arte..

A proposta incluía quadros negros, quadros de cortiça, tetos de palha, piso em ladrilho hidráulico, balcão com as palavras do profeta gentileza, teto forrado com fitinhas do Sr. do Bonfim, balanços e jogos como totó e pebolim, frutas tropicais nas prateleiras e espadas de São Jorge espalhadas. Os móveis foram de reaproveitamento de móveis do acervo Globo repaginados para serem entendidos como parte de um grande brechó. O ambiente deveria ser jovem, descolado e parecer ser brasileiro apesar de não haver nada semelhante na realidade. A partir da aprovação dessas pranchas os outros departamentos afins da direção de arte, como a produção de arte e o figurino também puderam começar a trabalhar e a determinar como poderiam contribuir para essa nova visualidade. Falarei mais destes

departamentos no capítulo 3 da tese quando abordarei as equipes que compõem o departamento de criação de ambientes da TV Globo.

Imagem 17 - Planta de estudo com propostas de modificações a serem feitas



Fonte: acervo pessoal

Imagem 18 - perspectiva de estudo com propostas de modificações



Fonte: acervo pessoal

Imagem 19 - fotografia de como ficou após a reformulação



Fonte: acervo pessoal

Profissionais da tv e críticos se debruçam sobre a questão se a busca de audiência provoca a queda de qualidade. Fato que: "as preocupações comerciais, e em particular a busca de lucro máximo em curto prazo, se impõe cada vez mais amplamente ao conjunto de produções culturais" (BOURDIEU, apud ALENCAR, 2002, p. 86). Porém é necessário questionar se as pressões para se aumentar a audiência seriam sempre negativas. Quando se diz que a televisão é um veículo de mão única, ignora-se que não se dá um passo sem orientar sua programação por pesquisa de opinião. A pergunta sobre o que o espectador quer ver na tv, não encerra em si a questão do que será apresentado a ele. Ao mesmo tempo em que há uma relação desigual que provoca alienação cultural, também há uma construção coletiva de representações. A sociedade inspira a televisão ou ela que inspira a sociedade? A arte imita a vida ou a vida imita a arte? Pode-se concluir que são sistemas que se retroalimentam.

A imagem em movimento na tela é o espaço em que os códigos de ética e valores são potencialmente transmitidos e de certa maneira impingidos, deixando rastros e marcas nos espectadores. Por meio de mecanismos de identificação, criam consumidores de certos objetos, determinada aparência, posturas, falas e sotaques; alimentam a ideia de que em posse

de tais estigmas pertencerão a determinados grupos sociais de sucesso, embora tudo não passe de um terreno de aparências que não possuem a capacidade de alterar em nada a existência real de determinada pessoa. A tela transforma tudo em mercadoria, inclusive o pensamento.

Atualmente os produtos de audiovisual caminham velozmente para a segmentação com menos programas que pretendem atingir um público universal, não havendo quase mais espaço para atrações abrangentes que tragam a família toda para frente da telinha. O que significa menos audiência por produto, mais produtos nas telas, e anunciantes espalhados, ou melhor, pulverizados. A análise da contemporaneidade revela que o aparelho de televisão pode ser facilmente desligado, porém será rapidamente substituído por outra tela de informação ou desinformação.

2.1.9 A ESSÊNCIA DA GLOBO

No dia 10 de setembro de 2014, participei do relançamento do documento *Essência Globo* contendo a visão, missão e valores do Grupo Globo. Naquele momento tornava-se necessário repensar o posicionamento do recém criado Grupo Globo no mercado e para tanto estruturar seu crescimento nos pilares daquilo que o definia. Este documento gerou vários treinamentos com todos os funcionários para que cada um deles pudesse resgatar esses valores dentro de suas atividades diárias. Sendo assim, todas as decisões e ações deveriam se sustentar nesses princípios, pois eles que definiriam e assegurariam a *Essência Globo*. A empresa colocou como essência aquilo que continua valendo enquanto o mundo vai mudando. Colocou como fundamental se entender enquanto empresa para conseguir se reinventar no mundo cada vez mais globalizado e fragmentado. São esses os pontos afirmados pelo documento *Essência Globo*:

Visão: queremos ser o ambiente onde todos se encontram e encontram informação, diversão e cultura, instrumentos essenciais para uma sociedade que busca felicidade de todos e de cada um.

Missão: criar, produzir e distribuir conteúdos de qualidade que informem, divirtam, contribuam para a educação e permitam aos indivíduos e comunidades construir relações que tornem a vida melhor.

Paixão por Comunicação: A comunicação nos apaixona em todas as suas dimensões. Na elaboração do nosso trabalho, nos vínculos com o nosso público e no impacto positivo que pode proporcionar à sociedade.

Brasildade: O Brasil é a nossa origem e a nossa fonte de inspiração. Acreditamos que a cultura brasileira tem uma contribuição a dar ao mundo.

Atitude Otimista: Somos otimistas em nossas atitudes e em nossos objetivos. Investimos num futuro melhor e nos comprometemos com ele, fazendo hoje todo o necessário para construí-lo.

Talento e Liderança: Desde a origem, nossa marca tem sido trabalhar com os melhores talentos e dar a eles condições para sua realização profissional. Esta é a base para se alcançar a liderança.

Respeito à Diversidade: O respeito ao outro, a valorização da diversidade e a convicção de que todos dependem de todos são componentes essenciais da nossa identidade.

Qualidade e Inovação: Buscamos qualidade em tudo o que fazemos. Queremos que nosso público perceba nossos produtos como os melhores, os mais criativos e mais inovadores, atendendo às suas necessidades e superando suas expectativas.

Crescer Juntos: Nossa atuação deve ser benéfica para todos que se relacionam conosco, e assim ser percebida.

Estética: Somos comprometidos com a estética. Tudo que resulta deste compromisso encanta, educa e enriquece a vida das pessoas. (Site Grupo Globo, 2024)

Antes de tomar esses pontos como verdades, é preciso entendê-los como propósitos de posicionamento no mercado. São princípios que pretendem nortear o que a empresa pretende ser e não necessariamente o que é. Cada profissional, na visão da empresa, deveria ter em mente esses princípios e perseguí-los nas suas atividades diárias. Aqui neste presente estudo eles são importantes para relacioná-los com as respostas artísticas que deles resultaram. O departamento de criação de ambientes, assim como todos os demais departamentos precisam perseguir em suas criações esses preceitos.

2.2. GLOBO E VOCÊ, TUDO A VER.

Inaugura-se o fazer industrial

Ao longo de sua história, a TV Globo criou um modelo empresarial de televisão que conseguiu abraçar a administração, a produção e a comercialização de seus produtos. A produção do conteúdo audiovisual da TV Globo precisou funcionar, portanto, conforme um modelo industrial e adotar como estratégia produtiva as mesmas prerrogativas da produção em série que já vigoravam em outras esferas industriais. A necessidade de alimentar com material audiovisual uma programação ininterrupta exigiu da empresa a adoção de modelos de produção em larga escala, onde a serialização e a repetição do mesmo protótipo constituíram mais do que um caminho, mas uma saída. Neste panorama é importante romper a barreira que questiona a importância de se pensar o modo de ser da direção de arte e da cenografia num veículo de comunicação de massa cuja produção tem escala industrial e utilizar esse questionamento a favor da reflexão crítica sobre essa atividade artística, a partir dela compreender como se dá a construção do espaço cênico visual na TV Globo sem que haja a presença de um diretor de arte ou de alguém que seja responsável por essas atribuições.

Fato indiscutível que a TV Globo se tornou uma indústria onde, no ritmo de produção acelerado, com um conjunto de regras a serem seguidas, com facilitadores que também poderiam ser vistos como dificultadores, tornou-se possível produzir um número bastante elevado de programas diferentes, utilizando os mesmos recursos. A tal criatividade da equipe de arte foi e ainda é considerada elemento fundamental para ultrapassar a mesmice e a massificação. Ao profissional de criação cabe saber articular todas as necessidades da produção em larga escala, considerando os recursos humanos e materiais que dispõe, para transmutar o texto numa imagem única (missão), brasileira (brasilidade), bela (estética) e merecedora do selo de Padrão Globo de Qualidade (qualidade e inovação).

A televisão como produtor de conteúdo é um sistema expressivo suficientemente amplo e denso para dar forma a projetos complexos. Portanto torna-se fundamental que se observe a direção de arte e a cenografia neste meio de produção industrial livre dos preceitos estabelecidos a partir de sua comparação com o teatro e com o cinema.

2.2.1. A CGP - Central Globo de Produção.

No começo dos anos 90, a Globo começa a perceber que precisava ter um grande complexo de produção. Esse complexo de produção se tornava essencial como desafio para a produção de conteúdos, para o futuro da televisão. Aí a Globo decide pela construção do Projac, e ao tomar essa decisão a gente tinha algumas importantes premissas que estavam absolutamente aderentes ao que a gente acreditava e uma delas era trazer novas tecnologias que seriam fundamentais para que a gente pudesse dar um grande salto no Padrão Globo de Qualidade. Era importante também que esse complexo tivesse as soluções de arquitetura que facilitasse todos os processos de produção... a experiência dos profissionais que trabalhavam na globo que nos ajudou a conciliar essas questões da tecnologia que estaria sendo aportada e das soluções de arquitetura da obra... Então nesta fase de construção do Projac, todos os profissionais foram ouvidos, para que cada uma das suas atividades pudesse ser muito bem pensada do ponto de vista de tecnologia, de arquitetura e da própria experiência de cada um dos profissionais. (cL, apud MAGALHÃES, 2022, p.109)

A criação do PROJAC foi fundamental para a implementação do processo industrial. Já em 1980 foi constatado que os antigos estúdios da TV Globo ficariam pequenos para as produções da emissora em pouco tempo, como resposta foi projetado um único espaço para abrigar os estúdios, administração, produção, direção, fábrica de cenários e criação, exceção feita ao jornalismo. Até a sua inauguração em outubro de 1995, passaram-se 15 anos onde as operações da Central Globo de Produção, CGP, eram descentralizadas em diferentes partes da cidade do Rio de Janeiro: a fábrica de cenário era em Bonsucesso, as oficinas de elementos cenográficos em São Cristóvão, as produções eram gravadas em diversos estúdios de produtoras como Tycoon, Renato Aragão, Cinédia, Herbert Richers, além do Teatro Fênix e também nos estúdios da própria sede no bairro Jardim Botânico. A partir de 1995, a TV Globo conseguiu unificar quase toda a produção da CGP dentro de um único espaço físico, o PROJAC. A missão era tornar viável a produção de quatro novelas ao mesmo tempo, o que significa em média 34 cenas gravadas por dia por programa, o que corresponde a 20 horas de gravação e 27 horas de edição por programa para um capítulo de 45 minutos no ar.

Imagem 20 - Foto do recém inaugurado PROJAC em 1995. Na foto aérea os primeiros quatro estúdios construídos no MG1 (a), a fábrica de cenários (b) e o prédio de criação (c).



Fonte: <https://historia.globo.com/historia-grupo-globo/1985-2004/noticia/1995-inauguracao-dos-estudios-globo.ghtml>

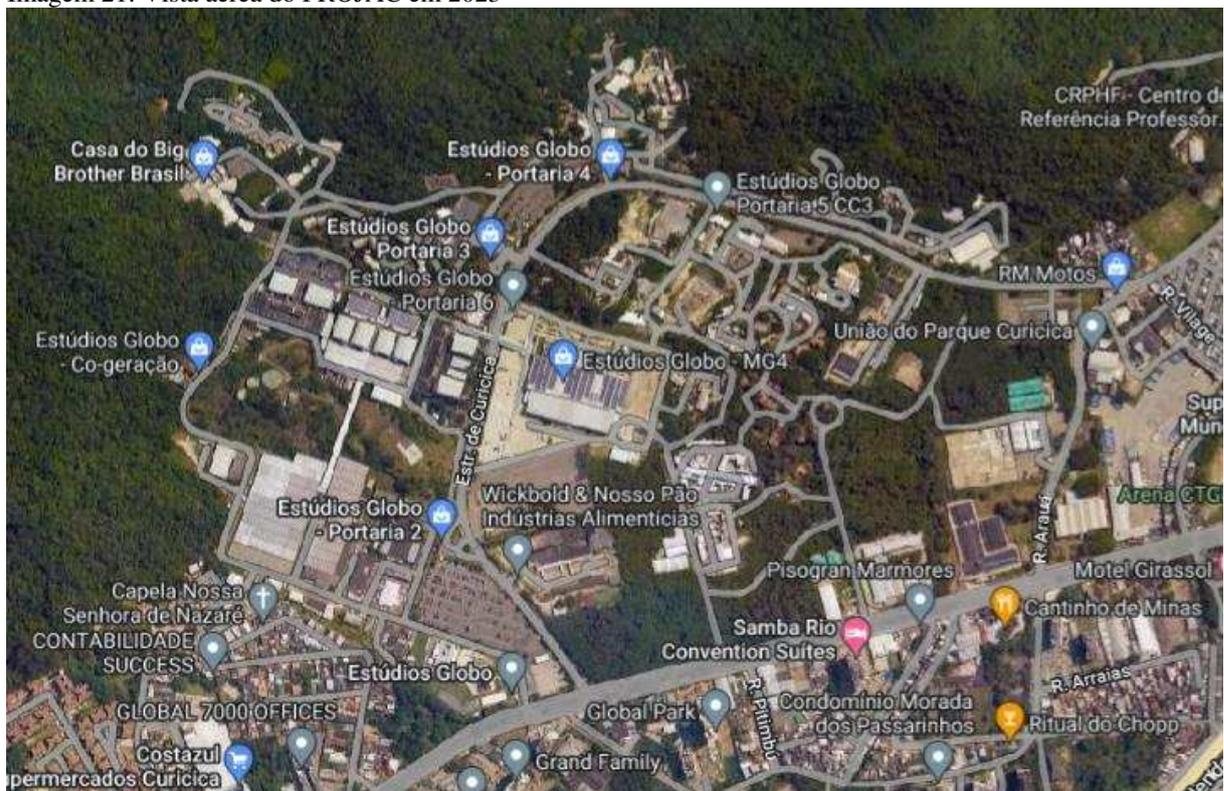
Inicialmente o PROJAC foi concebido para abrigar:

- 1) módulo de produção e direção (MP) onde se reuniam produtores, diretores, cenógrafos, figurinistas, produtores de arte, efeitos visuais, efeitos mecânicos, produtores de elenco, produtores de engenharia, etc, para reuniões de conceituação, leitura de textos e reuniões de roteiros¹⁶ de gravação;
- 2) módulos de gravação (MG) com camarins e salas para a caracterização e armazenagem de figurinos, com os estúdios de gravação armazenagem de objetos de cena, cenários de continuidade, equipamentos da fotografia e da técnica;
- 3) fábrica de cenários, com seus diversos segmentos de análise, orçamento, confecção e construção das diversas etapas do cenário incluindo uma grande pré-montagem, carpintaria, marcenaria, setor de pintura de arte, setor de esculturas, setor de acrílico;
- 4) prédio de criação onde trabalhavam cenógrafos, produtores de arte, analistas de projetos, figurinistas e caracterizadores na fase de pré-produção;

¹⁶ Roteiro na TV Globo equivale ao plano de filmagem do cinema. Quem faz o roteiro na TV Globo é a produção com a aprovação da direção e não o assistente de direção como no cinema.

- 5) cidades cenográficas, específicas a cada produção com seus postos de atendimentos (PA) com camarim, sanitários, salas de estar e de reunião exclusivos, refeitórios;
- 6) acervos de figurino, acervo de peças cenográficas, acervo de móveis, objetos, adereços, cortinas e almofadas;
- 7) divisão de suprimento e patrimônio (DISUP) que armazenava insumos para a produção como compensado, sarrafo, pregos e parafusos;
- 8) módulo de efeitos especiais;
- 9) módulo de pós-produção, com a sonorização e edição;
- 10) infra-estrutura tais como: central de energia elétrica, refeitórios, vestiários, sanitários, brigada de incêndio, estacionamento, etc.

Imagem 21: Vista aérea do PROJAC em 2023



Fonte: <https://www.google.com/maps/search/projac/@-22.9602951,-43.4060492,1525m/data=!3m2!1e3!4b1>

Um dos objetivos da centralização era reunir num só local todos os colaboradores para agilizar a produção e diminuir o custo com o deslocamento de equipes, equipamentos e cenários, mas também reduzir o tempo de deslocamento dos atores, o que permitia que eles estivessem em frentes de gravação diferentes. Também optou-se por incluir nessa mesma área todas as etapas do processo de trabalho tais como: a pré-produção e produção que acontecem

antes da gravação; as gravações propriamente ditas; e as etapas de pós-produção que acontecem após a gravação.

A proximidade física entre todas as etapas do trabalho diminuindo deslocamentos tinha a intenção de proporcionar a maior integração entre as equipes e uma maior participação da direção em todas as etapas da linha de montagem de uma produção. O impacto para a cenografia foi enorme, pois o cenógrafo poderia se deslocar facilmente entre a sala de criação, a gravação e a pré-montagem, podendo controlar com mais facilidade todas as etapas de produção de um cenário. Também a direção poderia facilmente visitar um cenário na área de pré-montagem, que antes do PROJAC nem mesmo existia, para aprovar ou desaprovar antes que este fosse levado para a gravação, diminuindo sensivelmente os custos, equívocos e possíveis desgastes.

Estando todas as equipes juntas no mesmo espaço físico, os problemas resultantes de não haver a figura centralizadora do diretor de arte numa equipe poderiam ser minimizados. Com a proximidade física, a ideia era que figurinistas e produtores de arte pudessem ter mais acesso ao que o cenógrafo estava produzindo, e vice-versa. A proximidade física poderia contribuir para que todos da equipe de criação pudessem estar caminhando juntos dentro de um mesmo conceito, o que de fato nem sempre aconteceu. Pois a coesão dentro de um conceito sempre dependeu muito mais das afinidades das equipes, do diálogo e do tempo que se dispunha para a execução de um projeto do que efetivamente da proximidade física. A cada novo programa, as arestas das relações entre equipes são aparadas para que exista um só projeto visual e não vários. O processo industrial dá conta da ausência do indivíduo, seja ele a direção de arte ou qualquer outro no sentido da manutenção da entrega mas nem sempre da manutenção da qualidade da mesma.

Imagem 22 - foto da pré-montagem na fábrica de cenários.



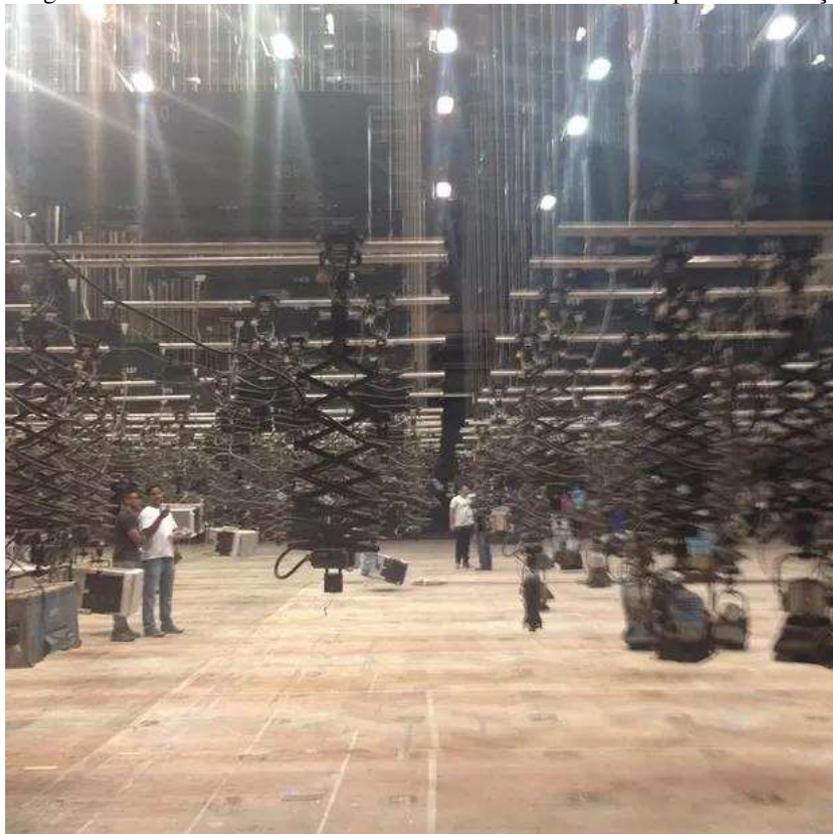
Fonte: acervo pessoal.

Fato que a configuração espacial do PROJAC, o projeto dos estúdios, assim como da armazenagem, dos camarins, etc., foram determinadas para servir a um fluxo de trabalho, a um processo industrial e a uma lógica de produção. Porém acabaram também por influenciar os processos de criação que precisaram se adequar a eles interferindo diretamente na entrega artística. Sabe-se que a cenografia precisa se adequar ao seu espaço de representação, seja este físico como imaterial. O espaço de representação de um programa televisivo é determinado tanto pelo espaço físico do estúdio de gravação, ou da locação e cidade cenográfica; como também se configura para a tela do aparelho de televisão e agora para a multiplicidade de telas. No capítulo 4 reflito como cada solução encontrada para a consolidação da escala industrial da produção na TV Globo influenciou a entrega artística em especial das equipes da criação de ambientes e da cenografia.

2.2.2 - OS ESTÚDIOS

Numa primeira fase, além do espaço para a construção de cidades cenográficas, quatro estúdios foram concebidos para receber quatro produções que seriam produzidas concomitantemente, este conjunto de estúdios chamou-se MG1. Atualmente o PROJAC, chamado agora de Estúdios Globo, contempla quatro Módulos de Gravação: o MG1 que possui quatro estúdios destinados inicialmente para a dramaturgia semanal, no capítulo 4 detalharei com mais profundidade os gêneros; o MG2 que possui dois estúdios destinados inicialmente para programas de variedades e linha de show; o MG3 que possui quatro estúdios inicialmente destinados a programas de variedades, linha de show e de dramaturgia semanal; e o recém inaugurado MG4 que possui três estúdios destinados inicialmente para os cenários fixos da dramaturgia diária. Cada um desses estúdios recebe um programa de cada vez para suas gravações e possui áreas de armazenagem para peças cenográficas, móveis e objetos de cada programa que abriga. A maior parte desta área é destinada para armazenar o que se chama de continuidade, aquilo que é fixo de cada produto e se repete durante todos os meses de gravação.

Imagem 23 - estúdio do MG1 vazio com os refletores no chão para manutenção.

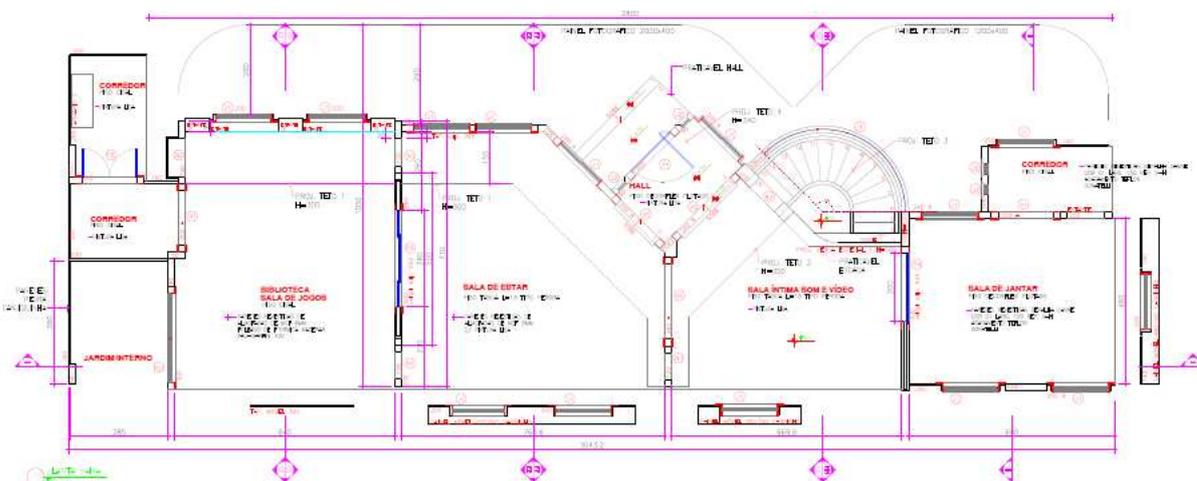


Fonte: <http://ego.globo.com/famosos/noticia/2014/07/jessika-alves-faz-selfie-com-thiago-mendonca-e-vanessa-gerbelli.html>

Os estúdios do MG1 e MG2 possuem 34m x 24m de área livre para a construção de cenários. Neste espaço é necessário deixar espaços de circulação para entrada e saída de material e para evacuação de equipe em caso de incêndio. esse espaço faz com que cada cenário possa ter no máximo 10,50m de profundidade, para que sobre uma circulação de 3m entre eles. Esse tamanho de estúdio também determina o tamanho máximo dos carrinhos que transportam as peças cenográficas, que não pode ultrapassar o espaço de circulação de 3 m, e que portanto também define o tamanho máximo de cada peça do cenário¹⁷ que deverá ser armazenada e transportada nesses carrinhos. A porta de entrada das peças cenográficas também possuem uma dimensão fixa que determina o tamanho máximo das peças específicas como carros cenográficos contendo escadas e elevadores. Portanto, o tamanho dos estúdios determinam a métrica da divisão dos cenários e influenciam diretamente na plasticidade.

O cenário da mansão do Marconi da novela das 21:00 *Duas Caras* (2007) concebido pelo cenógrafo Mário Monteiro e detalhado por mim, era o cenário principal da novela e ocupava metade do estúdio, ou seja, tinha 34,00m de largura a profundidade de 10,50m. Cenário considerado clássico de novela, pois trabalhava com boca de cena aberta para o posicionamento das câmeras e dos equipamentos e sem teto para a entrada dos refletores. A outra metade do estúdio ficava vazia para a montagem de cenários menores em tamanho e importância, o que favorecia a composição do roteiro de gravação.

Imagem 24 - planta baixa da mansão do Marconi na novela *Duas Caras*:



Fonte: acervo próprio.

¹⁷ Um cenário de televisão é dividido em várias peças cenográficas feitas na sua grande maioria de sarrafo e compensado. São elementos básicos da cenografia teatral como tapadeira, praticável, carro, coluna, painéis, trainéis que são utilizados até a atualidade.

Imagem 25 - foto do cenário mansão de Marconi na novela *Duas Caras*:



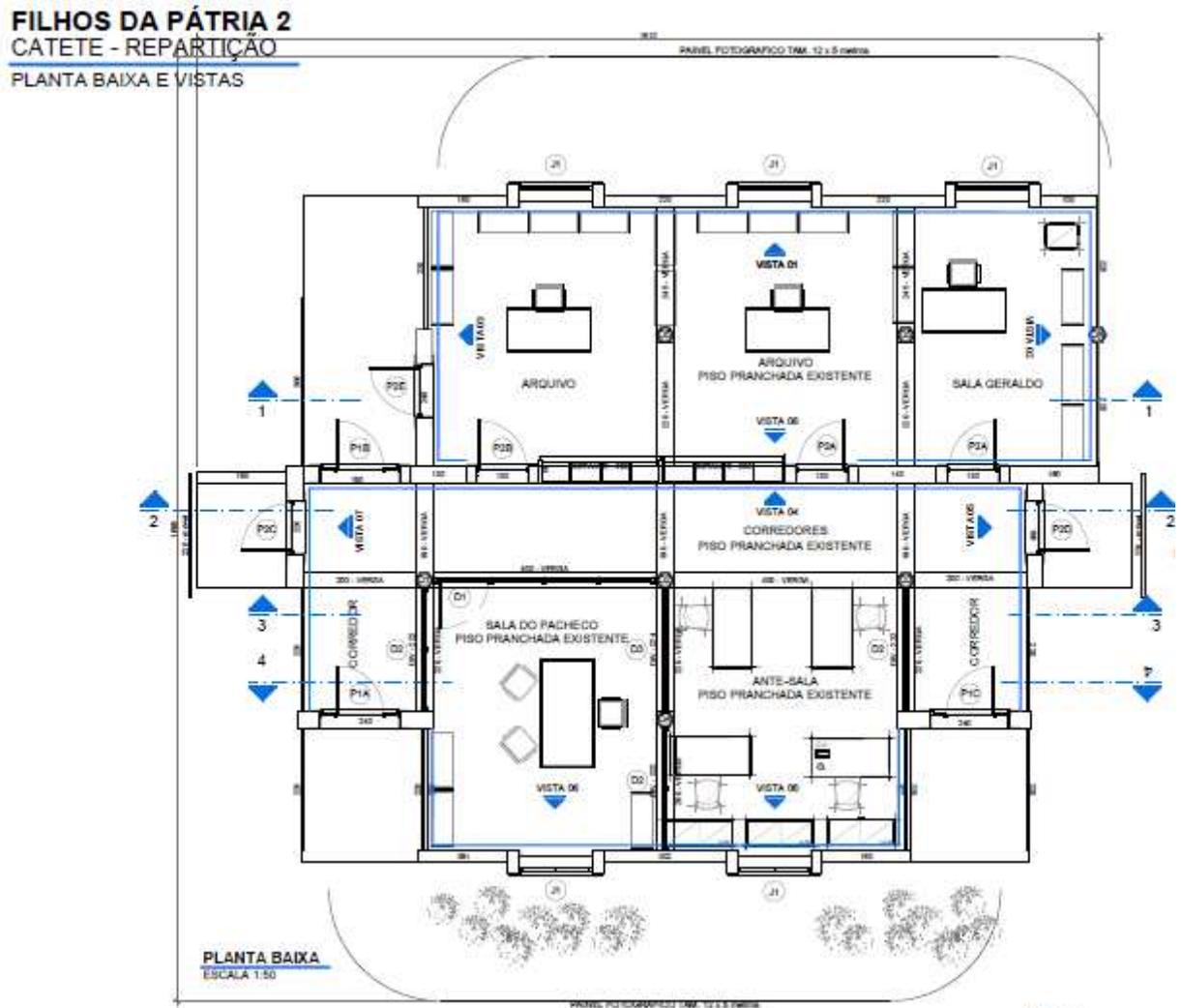
Fonte: fotografia feita pela da autora

Já os estúdios do MG3 são menores, com 25m x 17m e outra métrica de tamanho deve ser desenvolvida. Nos programas de dramaturgia semanal, as séries e seriados, a demanda de produção é diferente da demanda da dramaturgia diária e os recursos também são outros. Por conta do tamanho menor do estúdio, os cenários desses programas são naturalmente menores e podem ser trabalhados em outra proporção, por exemplo terem mais profundidades e inclusive serem pensados como cenários fechados, ou seja, sem a característica principal dos cenários de novelas que contemplam uma boca de cena para comportarem 4 câmeras. Os cenários muito importantes, com vários ambientes e com muitas cenas, podem até serem concebidos para ocuparem um estúdio inteiro e portanto um dia inteiro de gravação, o que neste caso aumenta a produtividade.

Cito o exemplo abaixo da série *Filhos da Pátria 2* (2019), onde a maioria das cenas se passava na Repartição do Palácio do Catete, o programa era uma obra fechada onde todos os capítulos já estavam escritos. Por conta disso era possível unir todas as cenas numa única semana de gravação e utilizar o estúdio inteiro para montar o cenário que não precisaria ser desmontado. A Repartição era um cenário fechado sem boca de cena, e com teto, o que implicava na entrada das câmeras dentro do cenário e uma decupagem de cenas mais parecida com a decupagem do cinema. Ocupando um dia inteiro de gravação facilitava também a

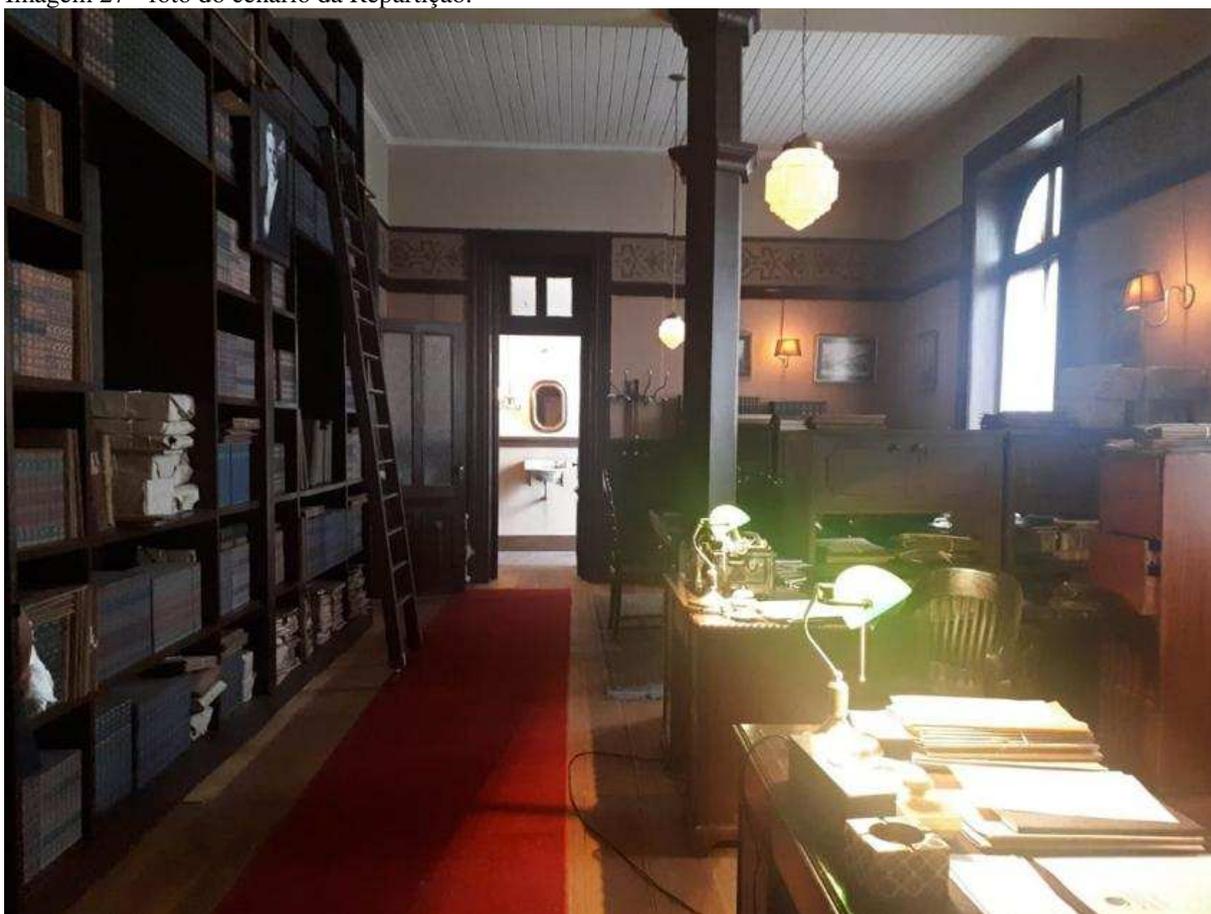
equipe de fotografia que podia montar a luz já em função do cenário e aprimorar para cada cena. Exploro mais este assunto quando falo sobre o posicionamento das câmeras e especificamente sobre os cenários das séries e seriados da dramaturgia semanal no capítulo 4.

Imagem 26 - Cenário Repartição da série *Filhos da Pátria 2*.



Fonte: acervo da própria cenógrafa e autora da tese

Imagem 27 - foto do cenário da Repartição.



Fonte: Fotografia feita pela autora do cenário no estúdio.

As características dos estúdios, portanto, contribuem ativamente para as características do espaço cênico que dentro dele deve estar circunscrito. A proporção dos cenários, a distribuição dos ambientes, estão diretamente ligados a esses determinantes, o que interfere também na ação e na movimentação cênica das personagens e das câmeras que captam essa movimentação.

2.2.3. AS REGRAS DE PRODUTIVIDADE.

Como vencer a demanda de produzir um curta-metragem por dia? Três longas-metragens por semana? Como tornar viável a produção de quatro novelas ao mesmo tempo, o que significa em média 34 cenas gravadas por dia por programa, o que corresponde a 20 horas de gravação e 27 horas de edição por programa para um capítulo de 45 minutos no ar? Era necessário ter como premissa que numa novela poderia se chegar a ter de 4 a 5 frentes de gravação num mesmo dia, um estúdio, às vezes duas cidades cenográficas, e locações em

externas. E ainda considerar na cadeia produtiva os programas de entretenimento, séries, seriados, humor, auditório, musicais, etc.

Cada tipo de programa possui suas especificidades com relação a demanda e as regras de produtividade. Para as novelas, ainda na década de 70 com o famoso tripé formado por Boni, Walter Clark e Joe Wallace, foi feito um estudo que propôs aos autores que um capítulo de dramaturgia diária precisaria ter uma média de 60% a 70% de cenas gravadas em estúdio, e 30% a 40 % de cenas gravadas em externas, sendo que estas poderiam ser divididas em cidades cenográficas e locações. Essa lógica foi um dos elementos fundamentais para a percepção da grande necessidade de centralização em um único espaço físico de toda a produção da dramaturgia da TV Globo no PROJAC.

Durante a continuidade de uma novela, ou seja, depois da etapa de implantação que contempla a pré-produção e parte da produção, os textos¹⁸ chegam em blocos de 6 capítulos, ou seja, uma semana de 6 dias de gravação e uma semana de 6 dias de exibição. Os cenários do bloco precisam ser divididos nas diárias do estúdio, e as cenas são agrupadas de forma que possa existir uma grande quantidade de cenas executadas num só dia de gravação. Como se trata de uma obra aberta que é produzida enquanto é exibida, os cenários precisam ser projetados e construídos contemplando a possibilidade de serem montados, desmontados e remontados.

Já durante a continuidade de um seriado, a meta do programa era ter sempre dois episódios gravados de frente, e gravar um episódio em duas semanas e quatro dias de estúdio, dois dias de estúdio por semana. Por conta disso, torna-se possível unir todas as cenas de dois episódios num só dia de gravação e utilizar o estúdio inteiro para montar um único cenário.

A partir da demanda de cada produto, pensa-se no cenário tendo em conta a quantidade de cenas que nele irão ser gravadas, a importância dele na história, e o espaço que sobriaria para ele no estúdio num dia de gravação. Na absoluta maioria os cenários mais importantes para a narrativa seriada e que pertencem aos núcleos de personagens mais abastados, afinal numa dramaturgia clássica sempre tem o rico e o pobre, ocupam metade do estúdio. A outra metade deve ser dividida entre os outros cenários da continuidade e aos cenários ocasionais que surgem de acordo com a necessidade da história ao longo dos capítulos ou episódios que ainda não foram escritos.

A TV Globo sempre colocou o autor dos programas num espaço de liberdade para construir a história no ambiente que ele quisesse propor. Cabe à produção elaborar o roteiro

¹⁸ Texto é o roteiro do cinema.

de gravação para que todas as cenas sejam gravadas e que o tamanho do roteiro do estúdio contemple todos os cenários que precisam ser gravados e preencham a diária. Cabe a direção cumprir o roteiro de gravação para que o programa seja exibido, e ao cenógrafo cabe conceber o cenário de maneira que ele possa ser desmembrado em partes para caber dentro do estúdio de gravação, para que ele possa ser desmontado durante a gravação se houver necessidade, ou conceber um cenário que seja grande o suficiente para abraçar a ação e pequeno o suficiente para dar espaço para os demais cenários.

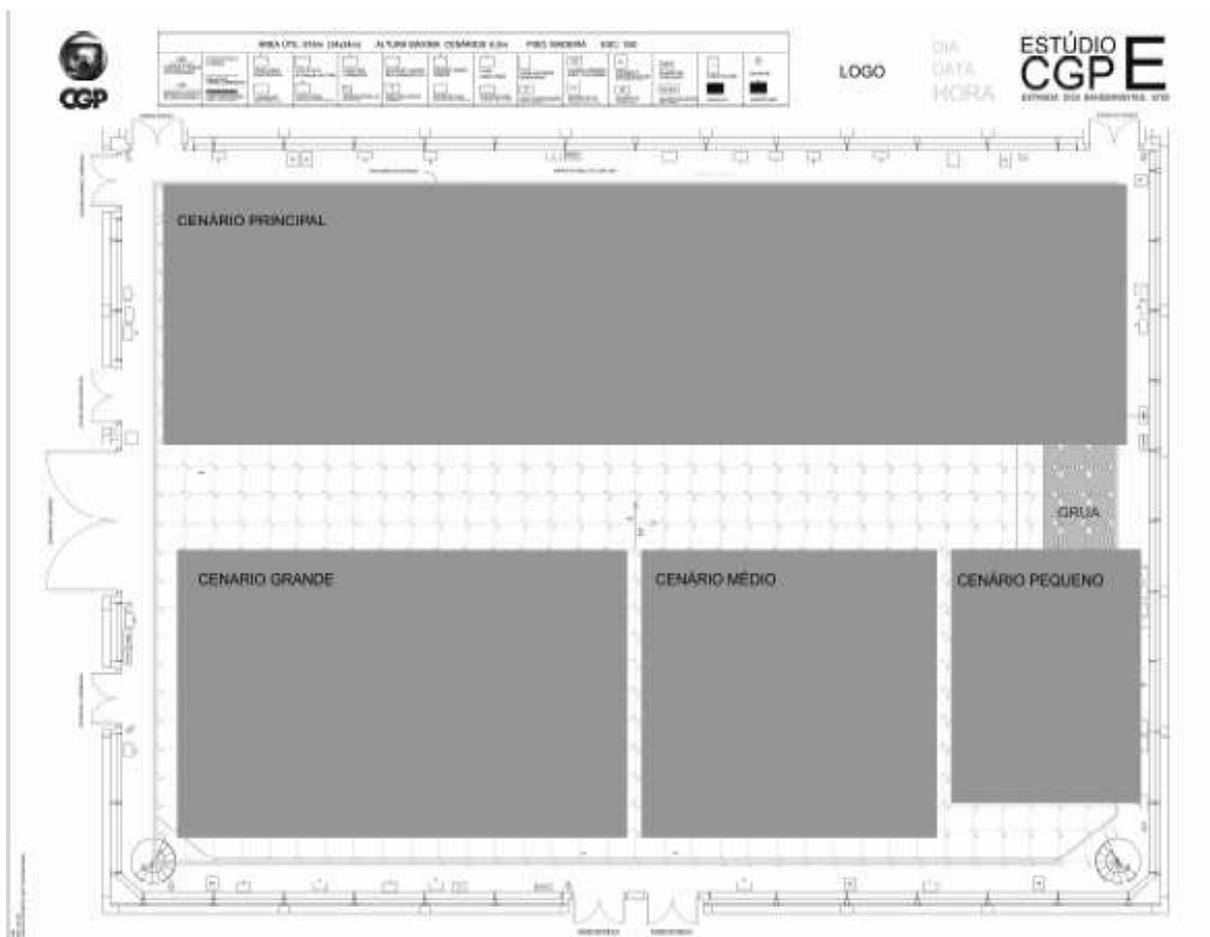
2.2.4 - A DEMANDA DO ROTEIRO DE GRAVAÇÃO

A produtividade esbarra primeiramente nas demandas do roteiro de gravação. A pergunta que mais se ouve: quantas páginas preciso gravar por dia para entregar um capítulo de novela por dia? A resposta é: o número de páginas de um capítulo. E para atender esta demanda várias regras foram criadas e são perseguidas. Os fatores que mais influenciam são os lugares cênicos, ou seja, onde as cenas se passam e o elenco, ou seja, quais personagens estão na cena, pois é fisicamente impossível um corpo estar em dois lugares ao mesmo tempo.

A criação do PROJAC foi uma das respostas físicas a este problema, uma vez que centralizar todas as gravações num só lugar facilitaria esse intercâmbio de elenco nos diversos lugares cênicos. Posso citar como lugares cênicos principais que o PROJAC contempla as cidades cenográficas e os estúdios. As cidades cenográficas, além de possuírem as fachadas dos principais cenários, também devem ter uma diversidade de ruas, prédios, e comércios capazes de sugerir diferentes ambientes possíveis para a mesma produção. Já os cenários de estúdio devem ser pensados de maneira a poderem ser planteados¹⁹ com o maior número possível de outros cenários, deve haver muita flexibilidade e para tanto eles devem respeitar uma métrica de tamanho.

¹⁹ Do verbo plantear. O plantear é uma prancha de desenho que casa a planta baixa do estúdio com a planta baixa dos cenários dispostos dentro dele. Essa prancha serve de base para o cenotécnico montar os cenários no estúdio. Esse substantivo deu origem ao verbo plantear.

Imagem 28 - croquis com a métrica de tamanho de cenários em um estúdio do MG1 e MG2



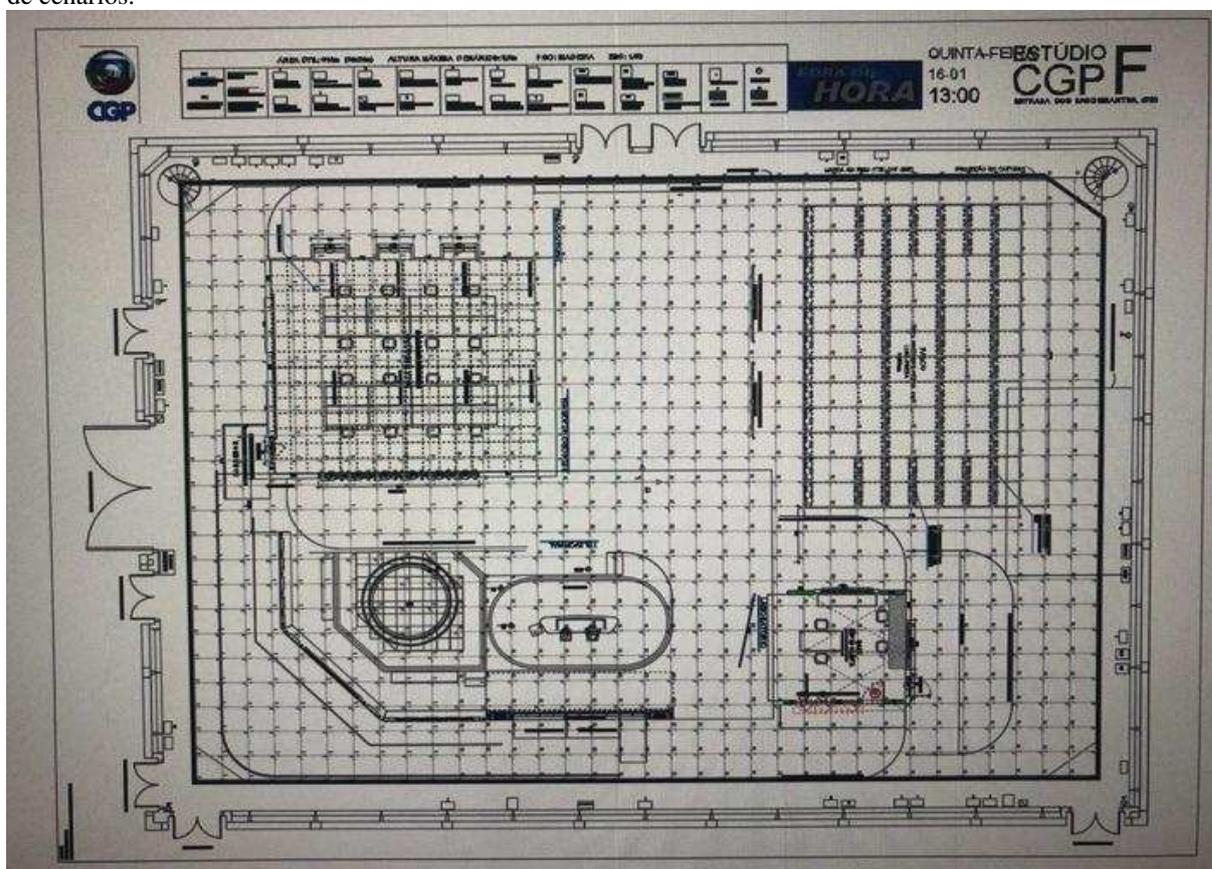
Fonte: acervo próprio

O cenógrafo ao conceber um cenário deve respeitar essa métrica para possibilitar ao produtor diversos casamentos diferentes entre cenários para atender a diversos roteiros de gravação. O cenário de uma novela, série ou seriado deve poder ser desmembrado, por exemplo: uma sala com cozinha deve poder ser montada sem a cozinha; um quarto com banheiro deve poder ser montado sem o banheiro; uma boate com palco e plateia deve poder ser montada sem palco ou sem plateia. O cenógrafo também deve ter habilidade de conceber cenários pequenos, porém grandes em profundidades que possam atender às demandas estéticas de um produto Globo.

Segue abaixo um exemplo de planteamento do programa *Fora de Hora* que estava gravando num estúdio do MG2 que possui a mesma dimensão de um estúdio do MG1 que contempla três cenários grandes de continuidade cujo tamanho não poderiam ser alterados e um cenário que foi concebido apenas para 4 cenas e que tinha que se adaptar ao espaço que sobrara. Os espaços entre eles precisam ser definitivamente respeitados para que a equipe possa se deslocar de um cenário a outro e para que as câmeras e equipamentos da fotografia

possam ser confortavelmente instalados. Além disso, regras de escape em caso de incêndio também devem ser estudadas e previstas para que em caso de acidente não haja vítimas. Todo planteamento feito pela cenografia precisa ser aprovado pela brigada de incêndio e pela execução de produção. Várias regras devem ser respeitadas além das que visam atender as necessidades da gravação: afastamento mínimo entre cenários; não bloquear entradas e saídas; deixar liberadas rotas de fuga para caso de incêndio; posicionar fogões e lareiras próximos à saída do estúdio; não deixar caminhos sem saída; posicionar público e ambientes para um grande número de figuração próximos a porta de saída.

Imagem 29- planteamento dos cenários do Programa Fora de Hora no estúdio do MG2 com diferentes tamanhos de cenários.

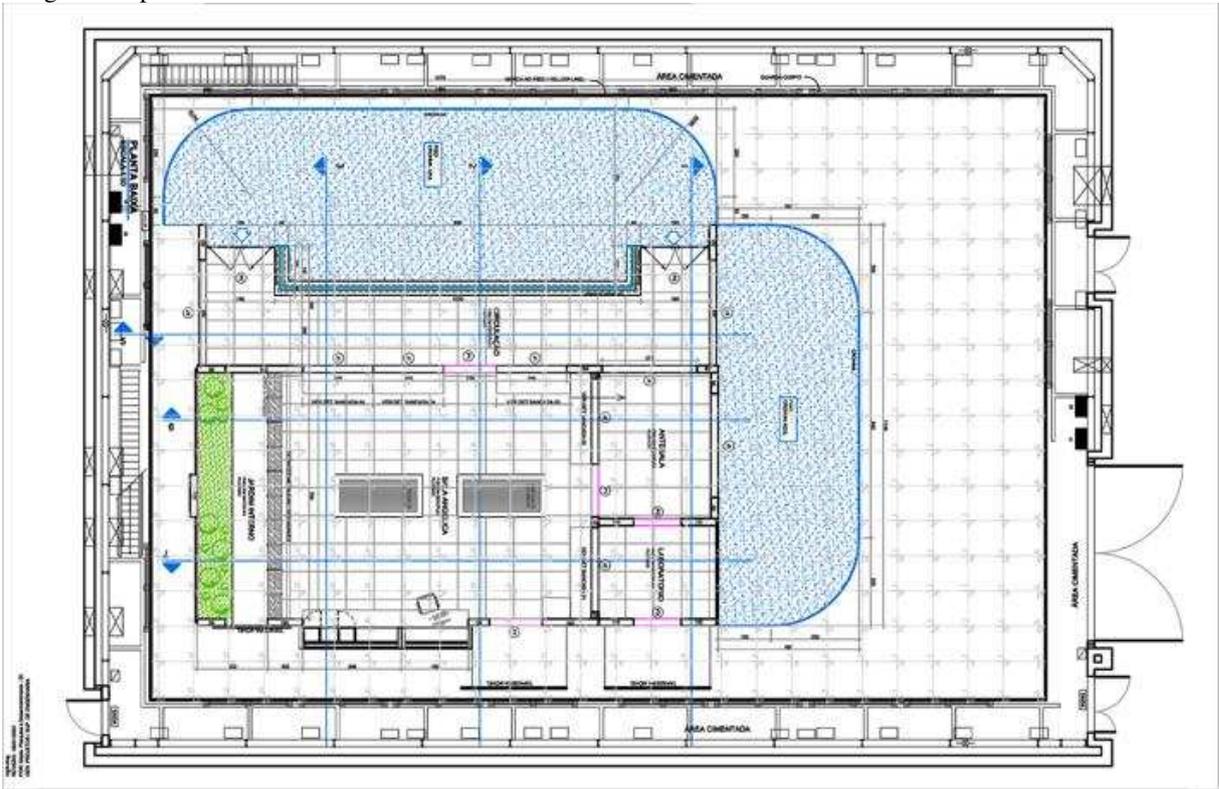


Fonte: acervo próprio

Abaixo segue exemplo do planteamento do cenário do Laboratório de Angélica na série *A Fórmula*. Era um cenário fechado e com teto que ocupava praticamente todo o estúdio do MG3. Feito para uma obra fechada da dramaturgia semanal, foi possível concebê-lo para cenas já escritas e que seriam gravadas de uma vez só. Portanto o cenário não passaria pelo “monta-e-desmonta” tão característico da produção de uma novela. Quando o cenário não precisa ser remontado, a cenografia pode recorrer a outros tipos de materiais e outros tipos de divisões de cenário que conseguem escapar da modulação e da repetição que o processo

industrial determina por conta das necessidades produtivas de uma novela. A serialização e a massificação conseguem ser mais facilmente contornadas em cenários concebidos para obras fechadas e que portanto não precisam sofrer montagens e re-montagens.

Imagem 30- planteamento do cenário do Laboratório de A Fórmula no estúdio do MG3.



Fonte: acervo próprio

Quando se trata de cenas de exterior, toda a equipe - direção, produção, fotografia e cenografia - precisa ter a habilidade de adaptar as cenas escritas para os lugares existentes preferencialmente nas cidades cenográficas ou dentro dos espaços do PROJAC; ou de habilitar os lugares existentes para atender as demandas de gravação das cenas.

2.2.5 - O MONTA E DESMONTA

Para dar conta da produtividade necessária para gravar um capítulo por dia numa novela, e de quase de 200 cenários por programa, a TV Globo sempre optou pela montagem e desmontagem dos cenários. O período de gravação é pensado de acordo com essa demanda. Na TV Globo, no período desse estudo, gravou-se no estúdio uma jornada de 8 horas, um trabalho de 9 horas incluindo almoço, e que pode chegar a 11 horas se considerar o tempo de

montagem e desmontagem. São ao todo 24 horas de trabalho ininterruptos, a gravação ocorre das 13:00 as 21:00, a desmontagem e montagem do cenário ocorre entre 21:00 e 13:00, das 21:00 às 22:00 ocorre a desmontagem da técnica e objetos de cena, das 22:00 as 00:00 ocorre a desmontagem dos móveis e objetos do cenário, das 00:00 às 6:00 ocorre a desmontagem e montagem da cenotécnica, das 6:00 às 9:00 ocorre a montagem do acabamento de pintura e forração, das 9:00 às 12:00 a montagem do mobiliário e objetos do cenário, e das 11:00 às 13:00 a montagem dos objetos de cena, e iluminação e câmeras. Nesta janela de 2 horas, a produção e a direção entram no estúdio para checar com a equipe se tudo está pronto para o início da gravação as 13:00.

Essa necessidade de montar e desmontar os cenários diariamente também influenciou no desenho do cenário em peças menores para poderem ser desmontadas e armazenadas com mais facilidade. A partir desta métrica, foi desenvolvida pelos cenógrafos em especial pelo cenógrafo Mário Monteiro um tamanho de peças básicas²⁰ que eram repetidas e dispostas com o que chamavam de *playmobi*²¹ para montar os mais diversos cenários: tapadeira²² de 300x330(h)cm; 220x330(h)cm; 160x330(h)cm e 100x330(h)cm; e colunas²³ de 20x220x330(h)cm, 20x160x330(h)cm, 20x100x330(h)cm, 20x60x330(h)cm, 20x20x330(h)cm. Essas dimensões também seguiam a métrica de melhor aproveitamento do tamanho das folhas de compensado que industrialmente possuem 160x220(h)cm. Mais recentemente essas medidas foram variando criando outros tipos de colunas.

²⁰ Na TV Globo chama-se de peça básica a unidade padrão de divisão do cenário em peças cenográficas

²¹ *Playmobil* é apelido que se dá para o “jogo” de montar diversos cenários com as mesmas peças. Algumas vezes os profissionais empregam a palavra *Lego*.

²² Tapadeira é a unidade básica da construção de um cenário. Feita de madeira, mais especificamente de compensado e sarrafo de pinus, ela serve para imitar paredes e delimitar espaços e não possui acabamento em uma das faces.

²³ Coluna é uma unidade básica da construção de um cenário. feita de madeira, mas especificamente de compensado e sarrafo, se diferencia da tapadeira por ser mais profunda e ser forrada de todos os lados. pretende simular pilares das construções arquitetônicas e também ajuda na estruturação do cenário como um todo.

Imagem 31: foto de um cenário na pré-montagem com suas peças básicas, tapadeiras e colunas ainda sem acabamento.



Fonte: Fotografia feita na pré-montagem do cenário pela cenógrafa e autora da tese.

Essa tecnologia de construção cênica incluindo a nomenclatura de peças é proveniente da cenografia do teatro. Tradicionalmente o cenário feito para o teatro também deve ser facilmente divisível, desmontado e remontado para que a peça possa ser representada em diversos palcos e cidades, ou para que num mesmo dia um teatro possa receber mais de um espetáculo.

Essas peças básicas, quando ganham novos revestimentos e novas cores, podem ser reutilizadas em diferentes cenários, diminuindo sensivelmente os custos e o tempo de construção de um cenário novo. Cabendo à equipe da cenografia saber utilizar as soluções de acabamento dando um aspecto individual para cada cenário e para cada programa. Nessas condições, caso o autor de uma novela ou de qualquer programa decida ou precise inventar uma cena em um cenário novo de um dia para o outro, a equipe terá condições de produzi-lo para que a cena possa ir ao ar num tempo recorde. Diante de uma obra aberta que está no ar, se a audiência está baixa, se um cenário pega fogo, se algum ator sofre um acidente ou até mesmo morre, essa estratégia é, portanto, sinônimo de sobrevivência. Se no teatro os

profissionais bradam: o espetáculo não pode acabar; na TV Globo bradam que o Dr. Roberto morreu e a TV não parou de funcionar.

Enfim, piadas a parte, o sistema industrial tem servido para que a falha ou a falta humana não interfira na entrega final. A contribuição individual passa a ser substituível pela grande fábrica, ao mesmo tempo em que a equipe artística precisa ser capaz de superar as soluções prontas para definir uma identidade visual para cada programa e dar soluções particulares para cada cenário baseado nas necessidades de cada dramaturgia, de cada história e de suas personagens.

A necessidade de montar e desmontar os cenários diariamente também nasce do fato das novelas terem se constituído no Brasil como obras abertas²⁴ e com mais de 150 capítulos. A idealização dos estúdios no PROJAC e a proximidade física com os acervos de peças cenográficas veio atender a essa demanda antiga. Como já vimos numa obra de grande duração, a participação do público na construção da história acaba sendo fundamental para a manutenção dos níveis de audiência, portanto torna-se impossível gravar com antecedência todas as cenas de um cenário, sendo que nem todas as cenas para ele foram escritas. Os cenários, portanto, também se tornam obras abertas e precisam ser flexíveis para abraçarem muitas cenas. Trabalhar paleta de cores neste sistema de obra aberta torna-se também outro grande desafio, pois a quantidade de personagens, núcleos de personagens e cenários destinados a eles é enorme se comparado a uma obra fechada ao a um filme. E mesmo se cada núcleo for pensado com uma paleta específica, nada impede que eles venham se misturar em algum momento. Um núcleo pensado numa paleta fria, em tons de azul e cinza, pode então começar a frequentar um núcleo com paleta quente, de marrons e laranjas.

²⁴ Obra aberta é uma obra que ainda não tem fim, que as cenas ainda não foram todas escritas e cuja história pode mudar de acordo com a opinião pública ou fatores alheios à vontade do autor como a morte de um ator.

Imagem 32: cenário sendo desmontado e remontado em um dia comum de trabalho.



Fonte: print screen da tela <https://Globoplay.globo.com/v/6489858/>

Diferentemente de uma obra fechada como filmes e algumas séries ou seriados de dramaturgia semanal, os cenários de uma novela da TV Globo não são concebidos seguindo uma decupagem feita para uma cena pela direção, eles não são criados para um determinado posicionamento de câmera e para uma determinada ação. O cenário deve poder responder às demandas de centenas de cenas possíveis, para abraçar a cor de centenas de figurinos de personagens que ainda nem existem. O cenário deve poder possibilitar posicionamentos de câmeras que possam ser interessantes pois serão centenas de vezes repetidos, ao mesmo tempo em que deve possibilitar posicionamentos de câmera inovadores. Talvez por conta destes fatores o trabalho da direção de arte numa obra aberta seja tão complexo e controverso com tantas indefinições e impossibilidades de controle. Esse assunto será mais amplamente discutido no capítulo 3 onde discutiremos a direção de arte e a cenografia na TV Globo e no capítulo 4 e quando analisaremos a novela *Avenida Brasil* (2012).

2.2.6. QUANTAS CÂMERAS CABEM?

Na grande maioria dos programas de dramaturgia diária, principalmente novelas que possuem a produtividade como necessidade de produção, foi encontrada a fórmula de gravar

com quatro câmeras concomitantemente e de editar com um diretor de corte²⁵ já no momento da gravação para que as cenas cheguem na edição pré-editadas. Essa necessidade de produtividade também provocou inúmeras regras que, em efeito cascata, determinaram a linguagem televisiva dos programas de dramaturgia diária que vemos até hoje. É bom ressaltar que em programas de dramaturgia semanal, que são os seriados, essa regra não se aplica. Normalmente esses programas são gravados com a presença de duas câmeras nos estúdios do MG3, e implicam em métricas de produtividades e também artísticas completamente diferentes que falaremos melhor através dos exemplos no capítulo 4.

Imagem 33: Câmeras usadas em 1995 na época da inauguração do PROJAC.



Fonte: <https://historia.globo.com/historia-grupo-globo/1985-2004/noticia/1995-inauguracao-dos-estudios-globo.ghtml>

Os cenários, principalmente os de novela que gravavam nos estúdios do MG1, deveriam ser concebidos de maneira a poderem abrigar quatro câmeras em seus espaços. O ator e diretor Paulo José Gómez de Sousa, (2014) em seu livro *Cadernos da Direção*, cita que o cenário é o espaço físico da ação dramática. Ele coloca que o cenário deve ser funcional e atender as necessidades da gravação além das necessidades da dramaturgia.

²⁵ O diretor de corte é um profissional que atua ao lado da direção num estúdio de gravação de novela que define a posição das câmeras e corta o que está sendo gravado para que o material chegue pré-editado à ilha de edição.

Mais do que parecer um espaço real, a cenografia deve atender às necessidades práticas da gravação. Deve permitir boas condições de iluminação, colocação das câmeras e disposição dos elementos cênicos, assim como facilitar a movimentação dos atores. (SOUZA, 2014, p.164)

Souza (2014) defende que o cenário precisa ter qualidades plásticas, deve ser bom de se ver, interessante, estimulante o suficiente para ficar meses entrando na casa dos espectadores. Para o autor, ator e diretor, a tela de TV é como um quadro que deve representar um espaço com largura, altura e profundidade. As linhas diagonais desempenham um papel fundamental para provocar a ilusão de perspectiva e profundidade, o cenário precisa, portanto, conter elementos construtivos que fujam de uma visão ortogonal. Ele descreve que as diagonais são as linhas dinâmicas, as linhas de forma do quadro. A ilusão de profundidade também deve ser acentuada pela luz, enfatizando os volumes, os diversos planos do espaço cênico. O cenário deve parecer maior ou menor de acordo com a necessidade narrativa, e independentemente do seu tamanho de fato.

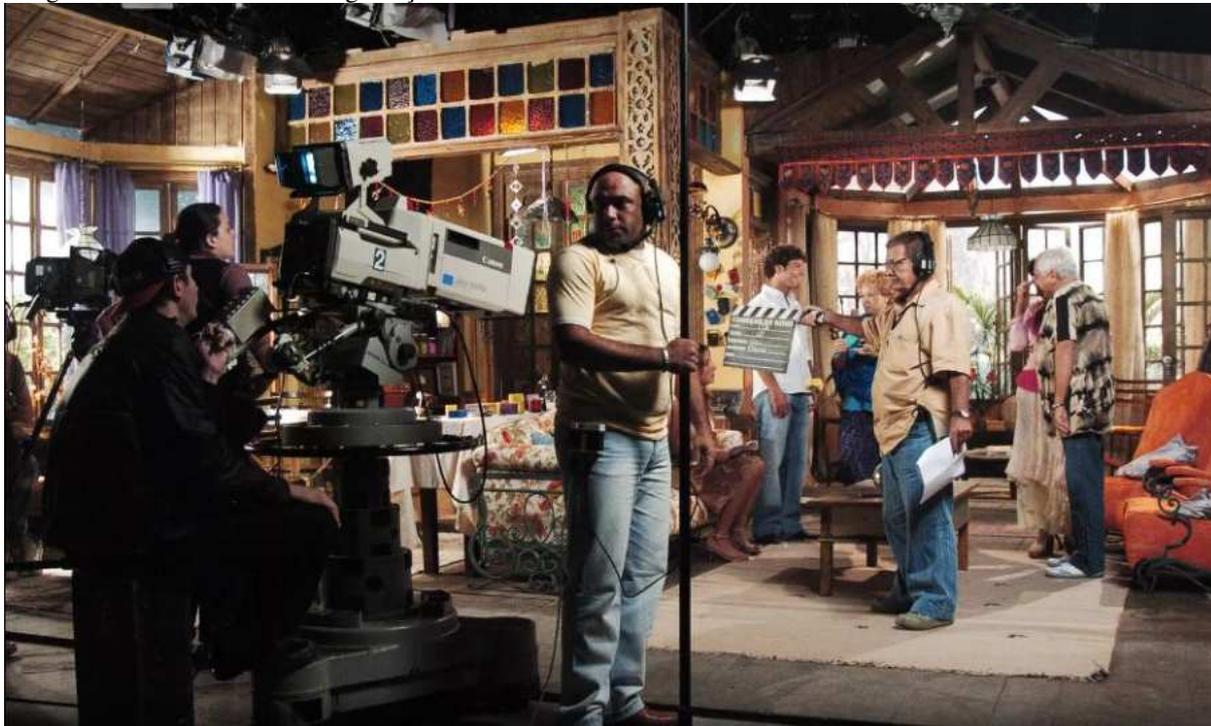
Segundo Souza (2014), a colocação de elementos em primeiro plano que aumentam a ilusão de profundidade, na construção de paredes laterais em perspectiva, graduação de tonalidades, com maior reflectância no primeiro plano e redução progressiva dos tons claros nos planos posteriores, são receitas usadas para aumentar a ilusão de profundidade. Em função dessas expectativas, por muitos anos, principalmente quando as câmeras ainda eram de grande porte, os cenários não tinham paredes ortogonais, e sim com leves aberturas, deixando a boca de cena mais aberta do que o ângulo de 90 graus. Diretores como Jorge Fernando e Dennis Carvalho pediam ângulos superiores a 110 graus.

Em uma cena gravada por quatro câmeras simultaneamente, uma câmera capta a ação em plano geral, e as outras três captam a ação em plano médio ou fechado. A demanda de gravação influencia diretamente a iluminação da cena, do cenário e dos atores pois esta não é pensada para cada plano ou para cada câmera, mas sim para todas as câmeras, e daí surgem todas as críticas que acusam a fotografia das novelas de serem lavadas, ou seja, sem nuances, sombras e volumes. O objetivo de cumprir o roteiro de gravação impede, numa novela, que cada plano seja pensado separadamente e que um enquadramento específico assim como uma fotografia pensada quadro a quadro seja adotada.

A quantidade de personagens que circulam de um cenário a outro e a falta de controle sobre para onde eles irão nos próximos capítulos também torna o estudo de paletas de cores algo muito improvável de acontecer. Cenógrafos como Mário Monteiro e Alexandre Gomes sempre optaram por conceber cenários de novelas com cores neutras e sem muito

contraste para que o figurino e os objetos de cena pudessem se adequar com mais tranquilidade e menos contrastes.

Imagem 34 - Câmera usada em gravação de novela no ano de 2008.



Fonte: <https://historia.globo.com/historia-grupo-globo/1985-2004/noticia/1995-inauguracao-dos-estudios-globo.ghtml>

Para entendermos um pouco mais sobre a interferência da presença destas câmeras na linguagem televisiva da dramaturgia, precisamos nos debruçar um pouco na linguagem do cinema que está incorporada na televisão sobre os planos e posições de câmeras. Souza (2014) defende que no cinema trabalha-se o plano para contar a história, e na novela trabalha-se a cena para contar a história. Fato que no cinema um plano pode não ter ator, e assim mesmo contar uma história. No cinema o ator pode ser mais um elemento de composição do quadro e não o principal elemento. Já na novela é fundamental expressar a história através da interpretação dos atores. O plano na televisão, assim como a imagem, tem menos função autônoma, ele precisa ser narrado em função das características da recepção que abordaremos mais adiante.

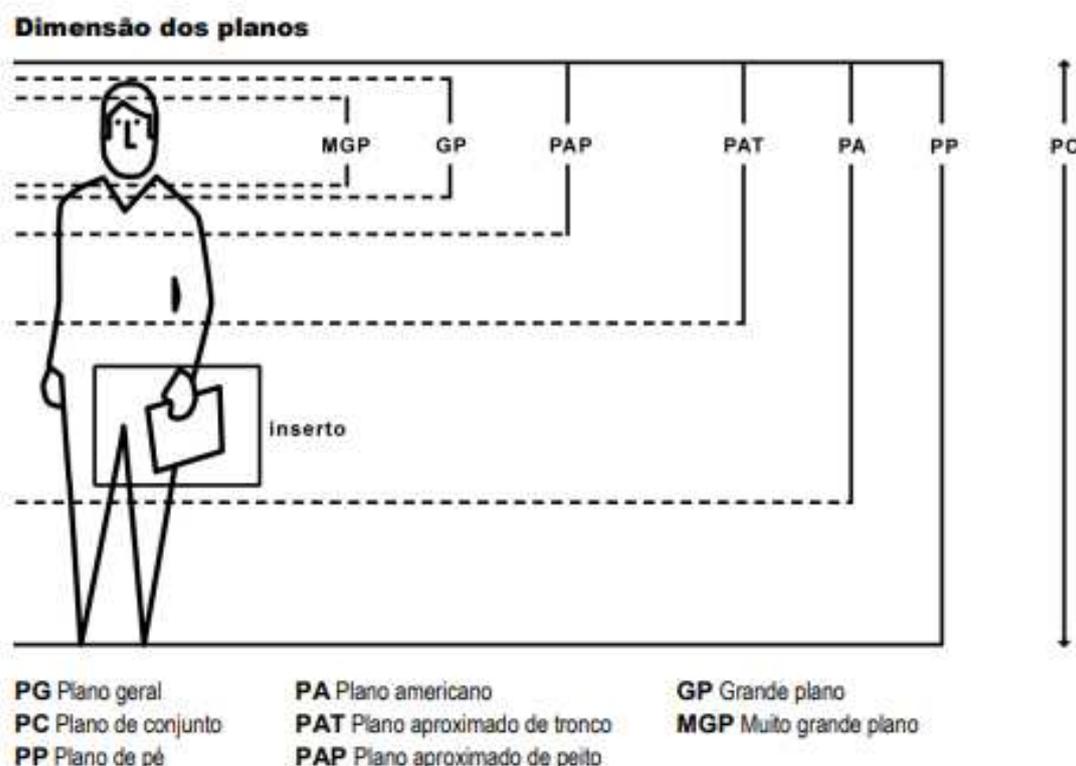
No cinema o enquadramento determina o equilíbrio da imagem e tamanho do personagem dentro do quadro. A composição do quadro, inter-relação dos objetos no quadro, o contraste tonal e cromático, os claros e os escuros, as linhas de perspectivas, determinam o centro de interesse do plano. A ênfase pode ser dada pela ação dos personagens, pela

movimentação, relação com o entorno, tamanho da figura, seleção da lente, pela altura da câmara ou pela composição da imagem.

O plano é a menor unidade de significação de uma cena, ele é o fragmento mínimo de uma narrativa. A significação de um plano está condicionada a aqueles que o precedem e o sucedem, a mente humana se responsabiliza por colá-los para dar sentido para a história, ela seleciona, categoriza e organiza os estímulos que recebe, ela constrói a linearidade do tempo. Essa seleção e organização são previstas e controladas pelos profissionais que trabalham com a imagem, dentre eles o cenógrafo. É o princípio da organização do todo pelas partes, pois a percepção humana não enxerga partes isoladas, mas sim relações. O que existe só existe na relação com o outro, a personagem só existe na sua relação com o espaço em que habita e onde desenvolve sua ação.

Existem várias escolas que nomeiam os planos de acordo com seus conceitos. Os norte-americanos, os ingleses, os alemães, os franceses, os italianos, o cinema, a televisão, cada um pode utilizar uma nomenclatura específica, e por vezes o profissional que circula de um ambiente ao outro precisa se adequar às diferentes denominações. Podemos citar como planos do cinema que também são adotados na televisão:

Imagem 35- descrição de tipos de planos:



Fonte: https://docs.google.com/document/d/11U4GrHzb6-vshjA14I_-McIakijJEw2B/edit#

Já Cardoso (2009) defende a seguinte nomenclatura:

As denominações dos planos estão associadas diretamente à quantidade de informações visuais que aparecem no quadro videográfico. Apesar de algumas diferenças nas terminologias empregadas no mercado, existe no Brasil o predomínio da seguinte divisão de planos: (1) Grande Plano Geral (GPG): o cenário predomina sobre os profissionais do vídeo. Esse plano é geralmente utilizado em narrativas para apresentar a localidade (locações ou cidades cenográficas) em que se passa a encenação. Também é muito empregado em espetáculos musicais e eventos esportivos; (2) Plano Geral (PG): o enquadramento compreende não só a personagem completa, mas também o espaço de ação. Nesse plano, independentemente do gênero, normalmente apresenta-se o cenário onde ocorrerá a ação; (3) Plano Conjunto (PC): predomina aí o profissional do vídeo (que aparece de corpo inteiro), e o cenário começa a assumir sua posição de fundo da cena; (4) Plano Americano (PA): o cenário, que nos planos anteriores ocupava parte da atenção, começa a sair de cena; (5) Plano Médio (PM): é um dos planos mais utilizados na televisão. O cenário, neste plano, se resume a fragmentos indicadores de um espaço; (6) Primeiro Plano (PP): o rosto ocupa a maior parte do quadro, a cenografia se limita a luz. A maquiagem, adereços, etc. O cenário sai definitivamente de cena; (7) Primeiríssimo Plano (PPP): a imagem se resume aos detalhes da expressão do ator. Esse plano predomina as narrativas e musicais, apesar de alguns programas de entrevistas já terem explorado tal enquadramento; (8) Plano de Detalhe (PD): plano fechado que normalmente apresenta pequenos objetos ou detalhes do cenário. Nas narrativas, um pequeno fragmento do cenário – como uma maçaneta de porta, uma torneira, etc. – ou pequenos objetos – como uma bolsa, uma arma, uma carta, etc. – são elementos da maior importância para o entendimento da história. (CARDOSO, 2009, p.69)

Aprender a configurar o cenário para que ele participe de todas as formas de plano, é tarefa da cenografia audiovisual. O cenógrafo ao criar um cenário para televisão precisa estabelecer a movimentação dos atores, pré-determinar as posições de câmeras possíveis, para a partir de então projetar os melhores fundos possíveis para as marcas do ator em cena. De maneira que nos planos mais fechados, o fundo do ator, por menor que seja sua ocupação na tela, ainda seja interessante, com luz, profundidade, e elementos de significância.

A cada quadro, a cada plano forma-se um espaço diferente do anterior. A movimentação da câmera leva o espectador a uma leitura do espaço no tempo, ele portanto, não é estático. Um objeto que no plano inicial parecia um simples elemento quase invisível na composição do quadro, no plano seguinte pode vir a ser o personagem principal do plano, o ponto focal com uma dimensão que jamais seria possível na realidade. A câmera e o plano são capazes de proporcionar para os nossos sentidos algo que não veríamos sem este artifício. O olhar da câmera pode proporcionar movimentos e pontos de vista jamais sonhados pelo olho humano.

No plano geral, a figura humana se perde ou fica minúscula. É o enquadramento para paisagens, vistas aéreas de cidades e outras vistas. No plano de conjunto, as figuras são mais proeminentes, mas o fundo ainda domina. O plano em que a figura humana é enquadrada mais ou menos a partir dos joelhos é chamado de plano americano. São planos comuns, já que permitem um bom equilíbrio entre figura e entorno. O plano médio enquadra o corpo humano da cintura para cima. Gestos e

expressões tornam-se agora mais visíveis. O meio primeiro plano enquadra o corpo do peito para cima. O primeiro plano é tradicionalmente o plano que mostra apenas cabeça, mãos, pés ou um objeto pequeno. Ele enfatiza a expressão facial, os detalhes de um gesto ou um objeto significativo. O primeiríssimo plano, ou plano detalhe, destaca uma porção do rosto ou isola e amplia um objeto. (BORDWELL, 2013, p.309)

Plano geral é usado para ambientar a história e contar onde estamos, é usado para dar um panorama geral da ação e de suas implicações, e também para destacar o ambiente do personagem. Normalmente na televisão ele está associado a um movimento de câmera que inicia uma cena, que apresenta um cenário e um personagem dentro do seu habitat. Através desse plano geral, o que não é dito na fala dos personagens, é dito na imagem, com ele podemos entender o estar-no-mundo do personagem, o que nele está incorporado e o que nele está ausente. Entendemos no plano geral de uma cena as lutas da personagem, onde está sua morada, onde pode se apoiar e contra o que deve lutar. O cenário deve ser pensado tanto para este plano geral como para os planos fechados que usam as diagonais para dar a ilusão de profundidade. Cada elemento importante para narrar a história das personagens envolvidas deve estar bem situado para que sejam percebidos, mesmo que subliminarmente pelo espectador.

Imagem 36: plano geral do lixão na novela Avenida Brasil.



Fonte: print screen da tela <https://Globoplay.globo.com/v/1886075/?s=0s>

Plano de conjunto e o plano de pé, ou plano inteiro, é o plano mais usado nas introduções das cenas, ele pode incluir vários personagens e interações entre eles, ele determina o posicionamento de cada ator na cena e vai servir de referência para todos os

planos que seguirão. O espectador pode dar atenção ao mesmo tempo ao lugar da ação e a seus personagens.

Imagem 37: plano de conjunto novela Avenida Brasil



Fonte: print screen da tela <https://Globoplay.globo.com/v/1886075/?s=0s>

O plano americano corta a figura à altura dos joelhos. Foi chamado de plano americano devido à sua popularidade entre os realizadores de Hollywood, em especial nos filmes de bang-bang. O plano médio não era capaz de mostrar a arma na cintura e no plano de conjunto a arma ficava muito pequena, os diretores começaram a adotar o plano americano para dar ênfase no ator e sua arma. Em geral este plano é adotado na televisão quando há referência direta às cenas de confronto como num filme de bang-bang, ou quando o número de personagens que precisam estar em determinado plano não consegue ser absorvido pelo tamanho do plano médio, ou seja, sem um sentido fílmico específico.

Imagem 38: plano americano sem a intenção de ser americano na novela Avenida Brasil



Fonte: print screen da tela <https://Globoplay.globo.com/v/1886075/?s=0s>

Plano aproximado de tronco ou plano médio como é mais conhecido é o plano que considera o corpo humano como centro da atenção na cena, e o lugar cênico aparentemente passa a ter menor importância no quadro. Ele é muito usado para unir dois atores num mesmo plano.

Imagem 39: plano médio com dois personagens na novela Avenida Brasil.



Fonte: print screen da tela <https://Globoplay.globo.com/v/1886075/?s=0s>

Plano aproximado de peito proporciona proximidade do espectador em relação ao objeto principal da cena que na televisão quase invariavelmente é o personagem. Ele é muito usado para cenas de diálogo e portanto de plano e contraplano entre as personagens da cena. Esse plano valoriza a ação dramática do ator e provoca uma maior atenção do espectador para o que está acontecendo na tela.

Imagem 40: plano aproximado de peito com dois personagens numa sequência de plano e contraplano na novela Avenida Brasil.



Fonte: print screen da tela <https://Globoplay.globo.com/v/1886075/?s=0s>

Grande plano ou close é usado para atingir a maior intensidade dramática. A expressão do ator pode ser vista com mais proximidade e portanto mais intensidade. Este plano coloca o espectador dentro dos pensamentos e sentimentos das personagens. O Close pode ser dado em partes do corpo da personagem e também pode ser usado para dar importância a determinados objetos de cena que também expressam a alma da personagem ou da história. Neste caso específico chama-se plano detalhe.

Imagem 41: exemplo de close na novela Avenida Brasil



Fonte: print screen da tela <https://Globoplay.globo.com/v/1886075/?s=0s>

Muito grande plano ou big close é um plano muito usado na televisão, muito devido ao tamanho da tela e a vontade de deixar a personagem ou o centro da ação dramática maior do que a verdadeira grandeza expandindo sua intensidade. No teatro corresponderia ao momento em que o ator mais se aproxima da boca de cena, é o momento crucial da cena e portanto não deve ser banalizado, nem toda a cena carece de um big close.

Imagem 42: exemplo de muito grande plano ou big close na novela Avenida Brasil.



Fonte: print screen da tela <https://Globoplay.globo.com/v/1886075/?s=0s>

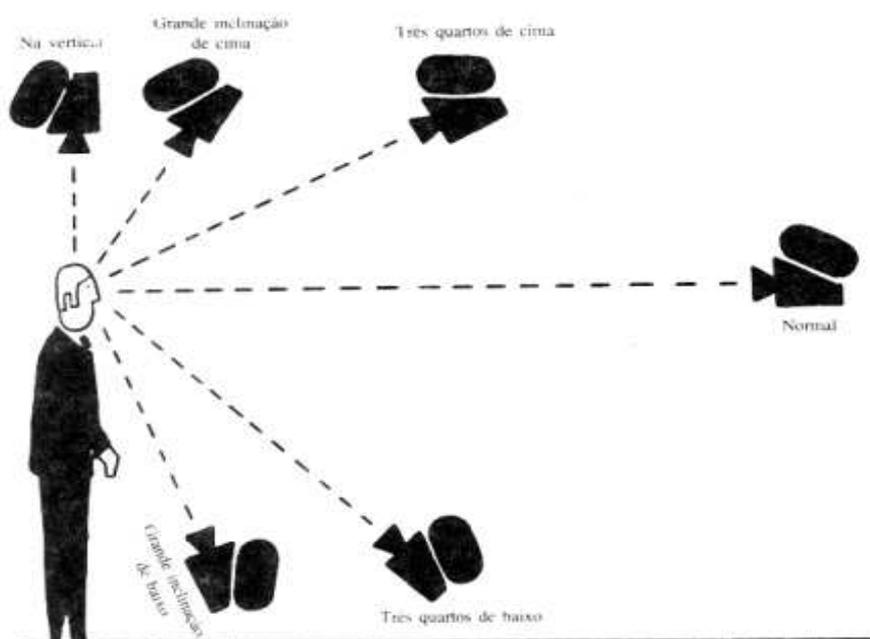
Imagem 43: exemplo de plano detalhe na novela Avenida Brasil.



Fonte: print screen da tela <https://Globoplay.globo.com/v/1886075/?s=0s>

As posições da câmera, os ângulos de visão, se a câmera é alta, baixa, em diagonal, seus movimentos. É natural termos câmera baixa ou alta quando é o ponto de vista do personagem, quando eles se relacionam e um está mais alto do que o outro. Porém essa posição dá uma significância diferente para cada personagem.

Imagem 44: Ângulos de câmera



Fonte: file:///C:/Users/Flavia%20Rocha/Downloads/vdocuments.mx_a-linguagem-audiovisual-in-a-realizacao-cinematografica-terence-marner.pdf

Podemos pegar como exemplo o filme *Psicose* (1961) de Alfred Hitchcock na cena clássica quando Marion Crane foi colocada como a caça de Norman Bates. Ele a olha de cima para baixo e ela o olha de baixo para cima. Também serve para dar efeitos de intenções sociais e de poder, na televisão cito o exemplo do enterro da Nina na novela *Avenida Brasil* (2012).

Imagem 45: plano da cena de Nina sendo enterrada viva na novela *Avenida Brasil*.



Fonte: print screen da tela <https://Globoplay.globo.com/v/2052680/?s=0s>

Imagem 46: contraplano da cena de Nina sendo enterrada viva por Carminha na novela *Avenida Brasil*.



Fonte: print screen da tela <https://Globoplay.globo.com/v/2052680/?s=0s>

O enquadramento *plongée* ou picado exemplificado acima, tem sua hora e sua vez. Bem usado é um ótimo elemento de ênfase dramática. Usado sem critério leva ao formalismo. É necessário buscar na história que se conta, seus traços diferenciadores e originais. Souza (2014) defende que a originalidade num plano não significa malabarismos, estranhos ângulos e contorcionismo dos atores. Para o autor a verdadeira originalidade na televisão consiste em contar a história de forma simples, clara, direta, utilizando os meios técnicos da forma mais econômica possível. Tudo apenas o que acrescentar algo substancial à narrativa. Na televisão os clichês não são desprezados como instrumento de comunicação extensiva, os estereótipos, por sua redundância, são utilizados para facilitar a compreensão instantânea para o maior número de pessoas. A programação da televisão e seus programas precisam ser pensados para muitos, embora sempre para uma pequena plateia, dentro de casa.

Imagem 47: exemplo de plano pinado ou na zenital na novela *Avenida Brasil* ainda na cena da Carminha enterrando Nina viva.



Fonte: print screen da tela <https://Globoplay.globo.com/v/2052680/?s=0s>

Podemos perceber ao assistirmos uma novela das 21:00 da TV Globo, que os ângulos mais incomuns de posicionamento das câmeras são usados preferencialmente nas cenas gravadas nas cidades cenográficas ou em locações, quando as cenas são captadas por no máximo duas câmeras. Nestes momentos específicos o programa ganha o que chamamos de “respiro” e “ares cinematográficos” que são usados para as cenas com maior carga dramática e importância na trama.

Porém quando vamos para os cenários de estúdio, segundo Souza (2014), na televisão, a melhor altura da câmera é a altura normal, que é a altura da observação do olho humano. A altura do olhar humano médio é de aproximadamente 1,7 metros do chão. Comumente este é o ponto de vista mais natural para o espectador pois corresponde à sua experiência cotidiana de observação das coisas. Podemos observar facilmente que esta altura de câmera corresponde a quase 90% das alturas de câmeras utilizadas nos programas de televisão. Portanto o cenário de estúdio é montado em função dessa altura de câmera, é concebido para a percepção do olhar humano, salvo poucas exceções de cenários de cenas únicas para os quais a direção solicita um posicionamento de câmera diferente. Essas outras posições, movimentações e ângulos insólitos e estranhos a observação comum do olho humano, devem estar justificados por intenções particulares da narrativa. Essa padronização da altura da câmera, junto com a necessidade de iluminar o cenário para quatro câmeras ao mesmo tempo, faz com que poucos cenários de novela possuam teto. A partir da análise

destes pontos pode-se concluir que o posicionamento das câmeras num cenário com boca de cena, além de atender as necessidades de produção, afetam diretamente o trabalho da direção, da direção de fotografia e da equipe de arte determinando a linguagem do que vemos na telinha.

Souza (2014) defende que a câmera deve estar no melhor ponto de observação da cena, o diretor pode marcar a cena em função da câmera ou marcar a câmera em função da cena. O cenógrafo ao desenhar o cenário já o fez pensando nas melhores posições de câmeras possíveis e nos melhores fundos possíveis para a ação. Se o diretor decide onde vai a câmera no ensaio, normalmente a equipe de cenografia já pensou em todas as posições possíveis onde ele pode colocar a câmera para uma determinada ação. Por exemplo, as janelas e portas, quadros ou espelhos, armários e geladeiras são posicionadas também como possibilidades para colocar a câmera e como fundo de um possível posicionamento do ator. Na televisão dificilmente vemos num plano fechado uma parede vazia. Todo o quadro deve estar preenchido, o vazio como linguagem cênica é raramente aceito. Na TV Globo a ausência de elementos num plano é sinônimo de pobreza não da personagem, mas da imagem. E faz parte do Padrão Globo de Qualidade a abundância mesmo na caracterização da pobreza.

O cenário, e portanto a equipe de cenografia, num paralelo à função da direção de arte, determina invariavelmente o ponto de vista principal da cena, a visão geral que deverá orientar os movimentos dos atores e a decupagem dos planos, além de determinar a montagem da luz e a instalação de tudo o que ficará atrás das câmeras. Num cenário que comporta a gravação com quatro câmeras, deve-se levar em conta que a câmera central normalmente é responsável pelo plano geral, as duas laterais pelos planos fechados e cruzados dos diálogos, e a outra central pelo plano médio. Isso resulta em cenários que precisam ser profundos em suas diagonais. Souza (2014) explica o que deve orientar um diretor para uma boa colocação das câmeras:

“Estude como você vê a cena antes de posicionar a câmera e de fazer o cenário. O que deve orientar para uma boa colocação de câmera: 1) qual o melhor ponto de vista geral da cena? De que lado do cenário eu tenho um maior número de informações sobre o espaço que quero descrever? Qual o lado que mais satisfaz as necessidades de movimentação da cena, ações práticas, entradas, saídas, etc? qual o ponto de vista que tem melhor relação com as aberturas, portas, janelas, etc. para permitir uma boa iluminação? (SOUZA, 2014, p.164)

Tendo tudo isso em vista, é possível imaginar uma geografia de cenário para uma cena, mas e para várias? E para cenas que ainda não estão escritas? Fato que assim como existem fórmulas para a dramaturgia de uma novela que é considerada uma obra aberta, existe resposta espacial para elas. E na TV Globo a cenografia é encarregada deste desafio de

conceber um cenário de estúdio que deveria ser, na maioria das vezes, a representação de algum espaço da vida real e resolver em apenas três paredes, o que normalmente é resolvido na vida real em quatro.

Tecnicamente é preciso levar em consideração várias questões como por exemplo: como posicionar a porta de entrada sem que o que vem depois dela não seja revelado; como colocar Fonte de luz em todas as paredes para permitir uma iluminação simultânea para as quatro câmeras sem que o pacto do verossímil seja rompido; como dar espaço para a movimentação cênica de um número incerto de personagens uma vez que nem todas as cenas foram escritas; como tornar atraente os planos médios e closes sem que o fundo chame mais atenção do que o ponto principal do plano; como dar profundidade aos planos num espaço limitado pelas paredes do estúdio; como cada diretor com sua maneira de dirigir e repetir enquadramentos determina a resposta cenográfica para cada cenário e para cada programa. Estes assuntos, assim como a diferença de conceber cenários para novelas, seriados e séries, obras abertas e fechadas, quatro câmeras ou duas câmeras serão explorado na análise de alguns exemplos específicos do capítulo 4.

2.2.7. A REGRA DOS 180 E A REGRA DO EIXO.

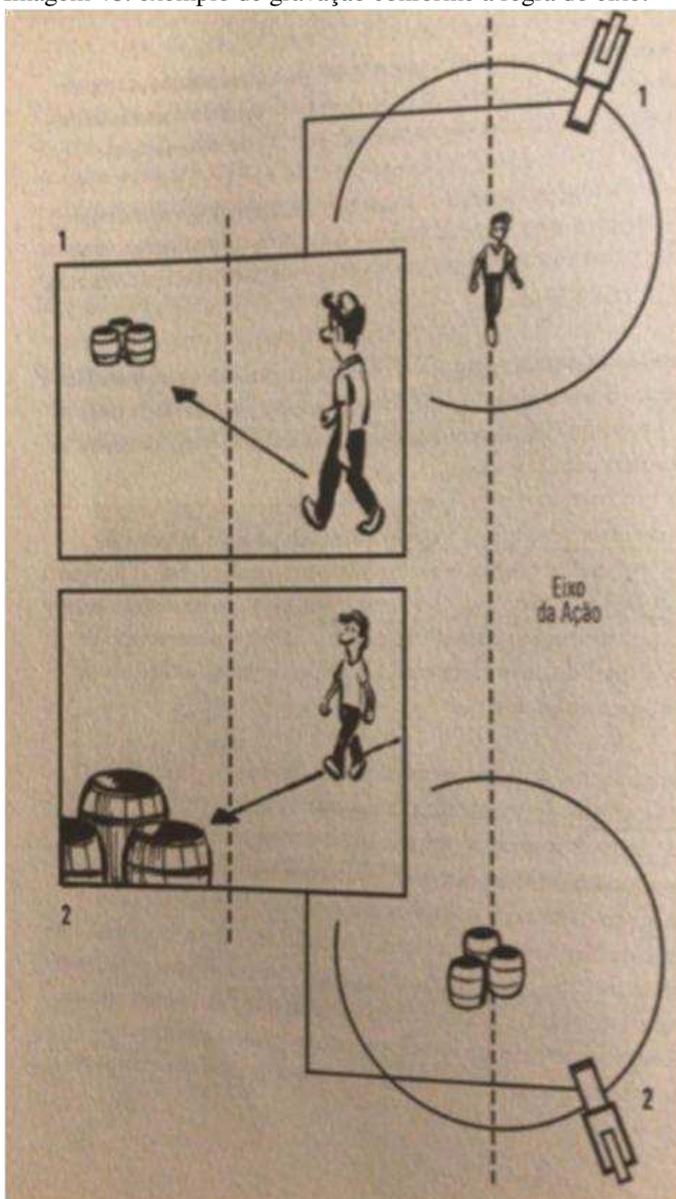
O teatro realista influenciou não somente a estrutura dos diálogos na televisão, mas também e principalmente influenciou os cenários de estúdio que foram feitos como palcos, as câmeras colocadas enfileiradas em tripés na boca de cena e os atores interpretando para elas. A natureza industrial do trabalho na televisão e a necessidade de realizar muitas cenas por dia, leva a equipe a simplificar muitas decisões, principalmente movimentos de câmera e personagens, pois estes exigem uma decupagem mais demorada e uma mudança de iluminação do cenário e dos personagens. Para não correr o risco de quebra de eixos, há a tendência de colocar os atores num paredão de fuzilamento com relação a boca de cena, o que produz artificialidade e pouca subjetividade na movimentação da cena. Quem naturalmente vive em função de uma boca de cena?

A regra do eixo vem da necessidade de manter uma continuidade entre os planos e facilidade de manter uma visão clara das posições relativas de cada personagem em uma cena quando esta é descrita através de vários planos. A regra do eixo permite que se entenda o todo a partir das partes. Nosso cérebro tem a capacidade de juntar várias partes da realidade para

construir uma outra realidade e o tempo que escorre entre elas. Ao observar o tempo, vemos uma sucessão de antes e depois, e, por conseguinte uma ponte entre os dois, do contrário haveria apenas os instantes desligados, é impossível imaginar ou conceber um traço de união entre o antes e o depois sem um elemento de memória. Sem a memória não há sucessão, há apenas dois instantes isolados, como os planos. Sem sucessão não há tempo, há o prolongamento do antes no depois com um esquecimento perpetuamente renovado. O cinema e por consequência a televisão absorvem essa característica da percepção da realidade para construir suas narrativas e torná-las verossímeis.

O eixo é a forma de narrar de um mesmo ponto de vista, a personagem que está à esquerda sempre estará à esquerda de quadro, e a personagem que está à direita sempre estará à direita. Quando isoladas no quadro para a câmera, devem olhar para o lado da câmera que não mude a sua posição cênica, esta posição cênica só pode ser mudada quando vista num plano mais aberto. Essa regra provoca a sensação de continuidade narrativa. A quebra do eixo provoca a descontinuidade narrativa, se usamos a linguagem do plano e contraplano, a quebra do eixo provocará a quebra da continuidade narrativa. A observância da regra do eixo pode também empobrecer a narrativa, mas é fundamental para se poder gravar por eixo de câmera e acelerar o tempo de gravação.

Imagem 48: exemplo de gravação conforme a regra do eixo.

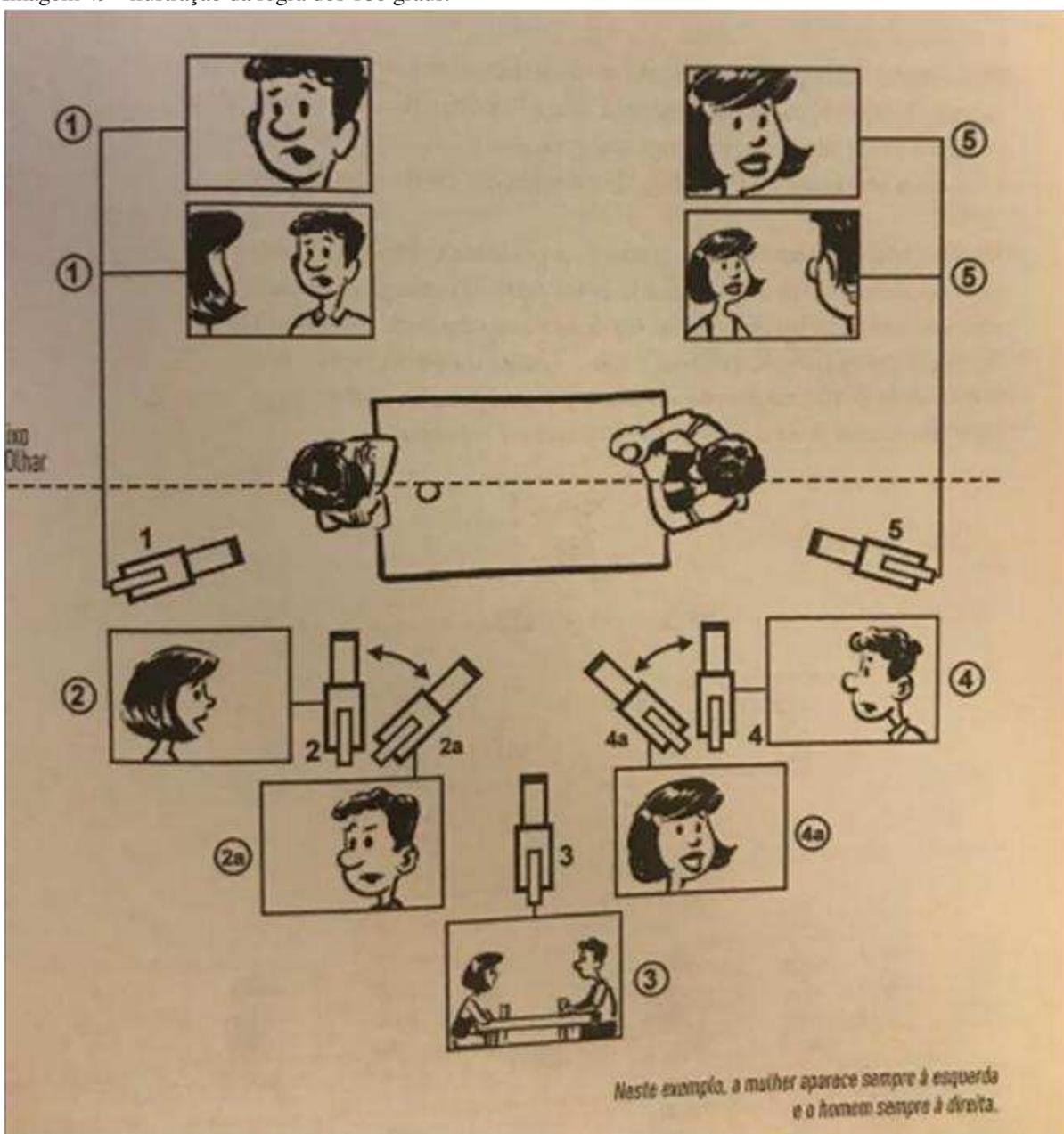


Fonte: Cadernos das Oficinas de Direção. Ilustração de Flávio Costa. p. 118.

A regra dos 180 graus está ligada à alternância do plano e contraplano, é usada para determinar o eixo de uma ação. Essa regra é importante para se estabelecer o ponto de vista principal da cena, que orientará a implantação de toda a gravação, desde o posicionamento dos equipamentos, estrutura do *set* até mesmo o que deverá ser *dressado*²⁶ para tal cena, ou seja, implica diretamente na concepção e realização do cenário.

²⁶ Dressado é o substantivo do verbo *dressar*. Na linguagem do audiovisual significa mobiliar ou investir de sentido através de móveis e objetos um espaço que antes estava vazio para uma determinada cena. Os profissionais que trabalham com esta atribuição não utilizam o termo *decorar* pois este carrega uma definição de beleza e o princípio de se estar a serviço de padrões estéticos vigentes e do mercado.

Imagem 49 - ilustração da regra dos 180 graus.



Fonte: Cadernos das Oficinas de Direção. Ilustração de Flávio Costa. p. 115

A linguagem fílmica do plano e contraplano nasceu com o cinema sonoro, com os filmes de diálogo. Porém essa visão bilateral e o processo de dividir os personagens em dois grupos, metade para cada lado da linha imaginária do eixo para agilizar o processo da gravação, empobrece a imagem e a linguagem televisiva.

Imagem 50: sequência de plano e contraplano de uma discussão entre personagens de *Avenida Brasil*. Carminha está à esquerda de quadro e olha para a direita de quadro.



Fonte: print screen da tela <https://Globoplay.globo.com/v/2052680/?s=0s>

Imagem 51 - sequência de plano e contraplano de uma discussão entre personagens de *Avenida Brasil*. Lucinda está à direita do quadro e olha para a esquerda do quadro.



Fonte: print screen da tela <https://Globoplay.globo.com/v/2052680/?s=0s>

Imagem 52: final sequência de plano e contraplano de uma discussão entre personagens de *Avenida Brasil* com um plano geral de localização do cenário de estúdio da casa de Lucinda no Lixão.



Fonte: print screen da tela <https://Globoplay.globo.com/v/2052680/?s=0s>

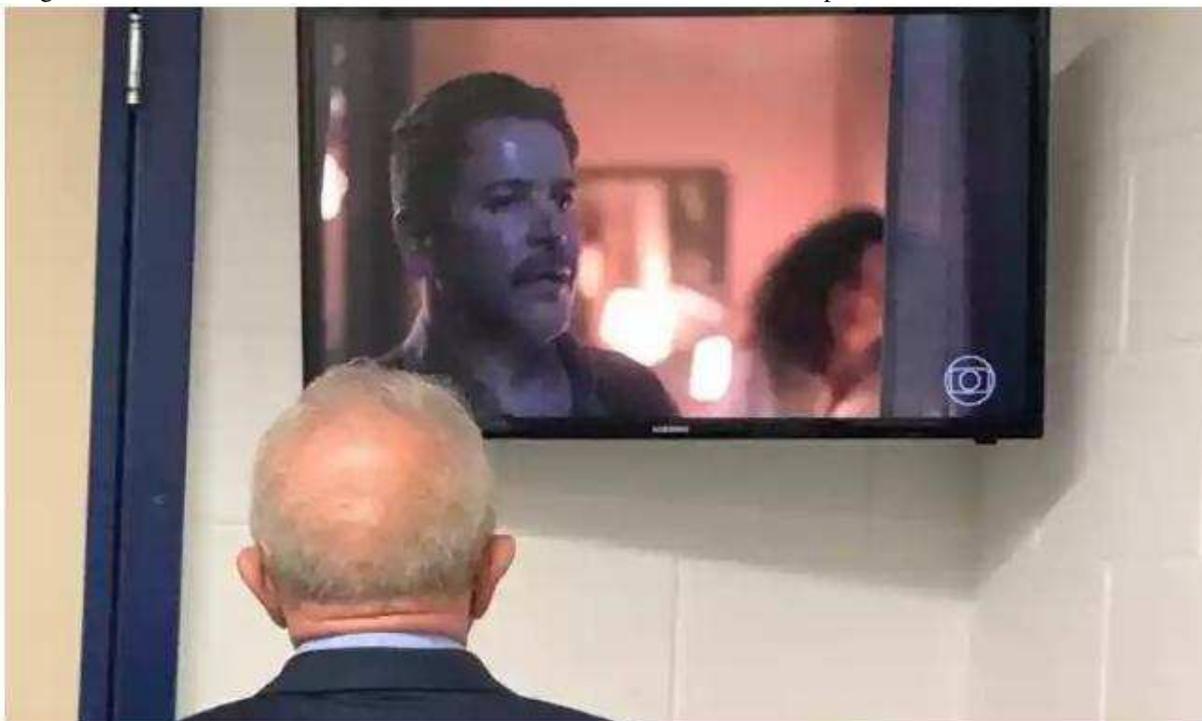
2.2.8. - A QUESTÃO DA RECEPÇÃO.

Impossível pensar a direção de arte e a cenografia na TV Globo sem pensar na questão da recepção. A recepção na televisão, diferentemente do cinema, se dá em espaços domésticos iluminados onde o ambiente disputa diretamente com o lugar simbólico da tela pequena, desviando a atenção do espectador e solicitando-o com muita frequência. A imersão na tela que ocorre no cinema, facilitada pelo tamanho da tela, sala escura e som circunscrito, é dificultada pela atenção difusa que o ambiente doméstico exige do espectador.

Devido às características da recepção ocorre que muitas vezes a televisão precisa ser uma imagem radiofônica, pois muito de sua programação é apenas ouvida e não vista. A atitude do espectador costuma ser mais dispersa e distraída, ele não pode perder o fio da história cada vez que sua atenção se desvia da tela pequena. A programação precisa ser circular e repetitiva para poder passar as mesmas informações várias vezes, reiterando idéias e sensações a cada novo plano. Numa programação em formato de grade, o intervalo para o comercial tem sua importância para ser o tempo de ir ao banheiro e de pegar um copo de água, ligar o forno, desenvolver as atividades domésticas necessárias à sobrevivência em uma programação ininterrupta que pretende que o espectador não desligue seu aparelho. Numa

programação sob demanda, o controle remoto serve para dar essas pausas e o programa precisa prender o interesse do espectador na continuação do drama. Se por um lado pode existir um candidato à presidência da república em pé assistindo uma cena de novela antes de participar de um debate que poderia ser definitivo para sua reeleição; de outro pode haver um grupo de amigos que estão conversando, bebendo e assistindo ao mesmo tempo o mesmo programa. Coexistindo duas, três, centenas de recepções completamente diferentes de um mesmo conteúdo.

Imagem 53: Lula assiste a novela *Pantanal* antes do debate dos candidatos à presidência em 2022.



Fonte: https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/09/30/interna_politica,1400613/antes-de-debate-lula-assiste-pantanal-e-elogia-atuacao-de-murilo-benicio.shtml

A direção, a direção de fotografia e a cenografia da produção televisiva precisa levar em conta as condições por vezes adversas de recepção: ambientes claros e muito iluminados, telas pequenas e com reflexo, barulhos do vizinho ou de algum integrante da família que não está envolvido com o que se passa na telinha, atenção difusa e dispersa, possibilidade de alterar as condições de recepção alterando cores, brilhos e contrastes, além do volume do som, e é claro a possibilidade de desligar o aparelho a qualquer momento. Como resposta a maioria dos programas de televisão acabam sendo muito iluminados e com poucas áreas de sombras, os atores muitas vezes aparecem muito mais em planos médios e fechados do que em planos gerais, o cenário é muito mais visto nas diagonais e ocupa uma parcela muito menor do espaço da tela do que no cinema, sendo muitas vezes apenas um detalhe borrado ao lado da

grande face do ator. Afinal, o que mais interessa na tela pequena da televisão é o que mais comunica e emociona: o rosto da personagem. A mensagem do cenário precisa ser dada nos primeiros 3 segundos dos planos gerais de cada cena. na Televisão você precisa ganhar rapidamente o espectador que tem sempre outras opções de distração e entretenimento à sua disposição.

Imagem 54: família vendo último capítulo de *Avenida Brasil*.



Fonte: <https://g1.globo.com/sao-paulo/sorocaba-jundiai/noticia/2012/10/suelen-do-divino-de-sorocaba-sp-assiste-ultimo-capitulo-da-trama.html>

É preciso ter como premissa que a televisão traz consigo a possibilidade de ser assistida simultaneamente por um grande número de pessoas. Porém, ao mesmo tempo que se trata portanto de um meio de comunicação de massa, precisa ser coloquial e intimista, dirigida a um pequeno grupo de pessoas que se reúnem e se envolvem diante de uma pequena tela. Neste sentido, o espaço cênico televisivo, assim como a interpretação dos atores, também precisa parecer mais espontâneo e coloquial, como a extensão da própria casa, ou da casa imaginada ou sonhada. É importante estabelecer com o espectador um vínculo de pertencimento e identificação mesmo em atmosferas completamente diferentes da realidade

vivida por eles. É fundamental que o espectador estabeleça uma relação de empatia com a personagem, e o espaço cênico visual precisa colaborar com este objetivo.

Imagem 55: Os donos de um bar assistem ao último capítulo da novela *Avenida Brasil* enquanto atendem clientes.



Fonte: <https://g1.globo.com/sao-paulo/sorocaba-jundiari/noticia/2012/10/suelen-do-divino-de-sorocaba-sp-assiste-ultimo-capitulo-da-trama.html>

A Tabela abaixo ilustra as diferenças de recepção entre o Cinema e a Televisão:

TELEVISÃO	CINEMA
Tela pequena: Necessidade de ter mais planos mais fechados, planos de close e de detalhe para a compreensão da narrativa.	Tela grande: Possibilidade de ter planos mais abertos onde a paisagem é protagonista e a personagem pode estar diluída nela.
Sala privada para poucas pessoas: A qualquer momento alguém ou algo pode interromper a recepção.	Sala pública para muitas pessoas: Existe um pacto coletivo de assistir naquele momento, de fazer silêncio e de respeitar a recepção do outro.
Ambiente iluminado fora de controle: As cenas muito escuras correm o risco de não serem vistas por grande parte dos	Ambiente escuro e controlável: Possibilidade de imagens mais escuras, com mais sombras e contrastes.

<p>espectadores. Como a tela da tv é uma superfície brilhante, sua imagem deve estar suficientemente clara para que não funcione como um espelho.</p>	
<p>Atenção difusa: A imagem precisa ser ao mesmo tempo mostrada e narrada. Uma informação importante precisa ser dita, este é o motivo de muitos apelidaram a TV de rádio com imagens.</p>	<p>Atenção concentrada: Podem existir planos totalmente silenciosos em que a ação da personagem fale por ela mesma, e outros em que o espaço sonoro contribui para a apreensão da narrativa.</p>
<p>Gratuidade: É mais fácil se distrair com outra coisa quando o divertimento aparentemente não é pago.</p>	<p>Pagamento de ingresso: A impressão de que gastou-se um dinheiro para o evento torna obrigatória a atenção.</p>
<p>Possibilidade de mudar as condições de recepção: O diretor pode calibrar a imagem, mas cada espectador calibra sua televisão, tanto as características da imagem quanto do som, da maneira que quiser.</p>	<p>Controle das condições de recepção: Na sala de cinema, a qualidade da imagem e do som são rigorosamente controlados.</p>
<p>Possibilidade de desligar a tv ou de mudar de canal: O espectador da TV tem o poder de eliminar os programas que não gosta e manter no ar aqueles de que gosta no anonimato e sem sair do lugar.</p>	<p>A possibilidade de ir embora depende de uma ação e uma exposição: O espectador do cinema se constrange ao sair antes da sala de cinema e vê seu dinheiro mal empregado ao não ver o final do filme.</p>

3 - PRÁTICAS E PROCESSOS.

Essa gente que você não vê, faz a televisão que você vê.

Considerando a questão principal desta tese de investigar como se dá a construção do espaço cênico visual na TV Globo, é preciso entender qual o impacto e a influência da produção em escala industrial para as atividades do departamento de arte. Através de minha experiência trabalhando como cenógrafa e diretora de arte dentro e fora desta empresa, posso afirmar que a estrutura de trabalho dentro da TV Globo é muito diferente da estrutura de outras produtoras de conteúdo ou de outras emissoras de televisão. O fato mais importante a ser considerado na criação desse modo de produção é o de que a empresa se estruturou para suprir a necessidade de produzir conteúdo para uma programação ininterrupta criada por ela mesma. A Central Globo de Produção, CGP, foi criada para produzir o que a TV Globo exhibe e da maneira que pretende exibir, a estrutura de trabalho industrial surge, portanto, para atender a própria demanda de programação, de produtividade e de qualidade.

Quando falo em modo de produção industrial e estrutura de trabalho industrial, entendo que foram criadas técnicas, métodos e processos para melhor conduzir as operações a serem realizadas, tratando o processo de criação como uma linha de montagem onde cada departamento torna-se responsável por uma etapa desse processo. É parte de uma estratégia criada, a princípio, para assegurar a “perfeita” sintonia entre as equipes visando altos índices de produtividade e qualidade medidos através de números, planilhas e estatísticas com o objetivo de obter maior lucro. Visando tornar os processos de trabalho mais ágeis e transformar a criação em dados planilháveis, a indústria atropela o tempo de fabulação de uma obra que possui parâmetros de amadurecimento próprios e mutáveis. Posso afirmar que também o processo de produção industrial é uma tentativa de seguir o bordão “o show não pode parar!”²⁷ retirando a relevância do indivíduo criativo do processo produtivo uma vez que a produção seguirá mesmo na ausência dele. O que nos remete imediatamente a um paradoxo do artista criador que faz parte de cada equipe e de cada departamento envolvido com a entrega de um programa de TV.

Submeter as necessidades individuais da criação de uma obra de audiovisual ao modo de produção industrial tem provocado ao longo do tempo dúvidas e inquietações em diversas manifestações artísticas: a alienação e a fragmentação provocada pelo modo de ser industrial é capaz de respeitar os anseios do criador e, neste caso específico, materializar

²⁷ Expressão usada no meio artístico teria surgido no século XIX, nos circos. Se um animal se soltasse das amarras ou um artista se ferisse, o apresentador e a banda continuariam tentando manter o controle da situação, de modo que a multidão não entrasse em pânico.

obras televisivas com qualidade e potência criativa? Carolina Bassi de Moura defende em sua tese de doutorado *A direção e a direção de arte: construções poéticas da Imagem em Luiz Fernando Carvalho* (2015), que é tentar conciliar o inconciliável. Nas palavras da autora: “Diante disto, podemos notar o impasse. Como conciliar o que parece ser inconciliável: a fragmentação provocada pelo funcionamento padrão da indústria com as necessidades únicas da criação de uma obra artística?” (MOURA, 2015, p.422)

Nesta tese de doutorado, o diretor Luiz Fernando Carvalho entrevistado pela autora em outubro de 2014, fala do processo industrial de trabalho dentro da TV Globo e atribui o surgimento das várias funções à indústria, que deseja lucro e alta produtividade:

É justamente para atender a esta demanda industrial que mais pessoas fazem-se necessárias, atuando em mais funções, limitando o diretor a um esquadro reduzido de atuação, forçando-o a simplificar seu processo de criação e sua potência criativa. (CARVALHO, Apud MOURA, 2015. p.421)

Mas é importante refletir se o aumento de profissionais envolvidos e a adoção de um processo industrial não foram a resposta para o aumento da demanda, da própria exigência artística e da necessidade de se atender ao padrão de qualidade. Responder a todos esses anseios da indústria de produção audiovisual respeitando minimamente leis trabalhistas, por exemplo, se torna um grande desafio.

Com relação ao olhar individual de artista, desse olho que olha e que sente de uma determinada forma o mundo e as coisas Carvalho fala:

Quando a indústria entra, a primeira coisa que ela quer fazer é quebrar com essa ideia de ponto de vista, com essa ideia de subjetividade. Ela quer fragmentar isso. Ela quer anular isso de forma gritante, como se estivesse querendo dizer que não importa quem olha, que tanto faz quem olha. E é justamente o contrário. Faz muita diferença quem olha. Altera o objeto a forma de olhar pro objeto. (CARVALHO apud MOURA, 2015, p.422)

Não há dúvidas de que se por um lado o gigantismo da indústria serve para atender ao gigantismo das ideias dos autores e diretores, de outro também serve para tornar a obra exequível mesmo na ausência deles. A indústria considera o indivíduo parte da engrenagem, e alguém que pode ser substituído não necessariamente por outro indivíduo, mas pelo próprio sistema.

A criação da obra de arte depende de um artista e de seu ponto de vista, de um olhar. Consciente disto, a indústria tenta destituir o diretor desse ponto de vista para destituí-lo também do comando do tempo necessário à realização de sua obra e das demais necessidades artísticas que ele pressinta. Pois dessa forma ele não pode impedir a produção de ser rápida e, portanto, mais economicamente viável e lucrativa às empresas produtoras. (MOURA, 2015, p.421)

Dentro de uma empresa - que deve seguir leis trabalhistas, cumprir horários de trabalhos, respeitar folgas, ao mesmo tempo alimentar uma grade de programação ininterrupta

e cumprir as metas orçamentárias e de lucros dos acionistas - impor prazos e regras para que os criativos se enquadrem tornou-se o caminho de sobrevivência. Certamente o único motivo que pode provocar a quebra das regras é a baixa audiência, ou ao contrário, o sucesso absoluto de público do programa. No sistema de produção industrial, o ponto de vista do indivíduo criador só passa a ser importante se ele trazer lucro ou notoriedade.

Se você fragmentar o ponto de vista, se o ponto de vista não for do diretor, a obra perde em subjetividade. Porque é alguém que está olhando para aquilo, é alguém que está, de certa forma, lidando com a impermanência daquela permanência, que você está tentando fixar, aquela imagem no tempo, no espaço e no movimento. (CARVALHO, apud MOURA, 2015. p.421).

Seria possível atender a demanda de produção da TV Globo sem adotar um modelo industrial? O diretor Luiz Fernando Carvalho tentou, em alguns de seus produtos, implantar uma nova maneira de produzir ao reunir parte dos profissionais criativos em um único galpão apelidado de *teveliê*, seguindo o modelo de uma grande trupe de teatro. O cenógrafo Mário Monteiro nesta mesma tese comenta a respeito do processo industrial de trabalho em comparação ao processo “mais artístico” de Carvalho:

Ah, aí acho que a Globo tinha que parar uma temporada! Porque é um trabalho muito mais elaborado e que exige muito das pessoas. A Globo, por exemplo, tem um padrão de funcionamento aqui, feriado, sábado, domingo, um horário de trabalho. Não é só para esses profissionais, é em geral, para os operários também e tudo. O Luiz já convenceu as pessoas a trabalharem diferente. Então, na verdade, ele montou uma Globo dentro da Globo. Uma outra emissora dentro da Globo. (MONTEIRO, apud MOURA, 2015, p.434)

Mário Monteiro neste momento coloca as questões trabalhistas que estão envolvidas quando se fala do rompimento com o processo industrial que o diretor Luiz Fernando colocou em prática no seu galpão. Ao mesmo tempo, é possível constatar que o processo industrial que nasceu para atender a demanda artística mais apurada, pode deixar de servir ao artista para submetê-lo às regras e à simplificação de sua criação. Afinal, tudo o que é instituído é deturpado, e o que deveria oferecer liberdade, pode aprisionar em padrões de qualidade repetitivos.

No sistema industrial de divisão do trabalho onde cada um faz sua parte e passa a bola para o outro. Para que isso seja realizado dentro dos prazos, é necessário que haja uma padronização de linguagem, que surja, pequenos manuais do que pode e do que não pode ser feito. Dessa forma, a televisão garante produtividade maior com um índice de erros e perdas bem pequeno. É natural que nesse processo de ganho e eficiência ocorra uma perda de inventividade. (MEIRELES, apud. TV AO VIVO, p. 177)

Nos primórdios da televisão no Brasil, não haviam profissionais preparados para trabalharem neste novo meio de comunicação e a TV Globo, assim como todas as outras precursoras, foram constituídas por colaboradores oriundos do teatro, do cinema, do circo e do rádio. Os profissionais de televisão foram formados para responder às necessidades de produção. As práticas e processos foram criados, estruturados, modificados e aperfeiçoados em função das demandas atualizadas constantemente em função de cada inovação técnica ou transformação cultural que foram se sucedendo ao longo da história.

Neste capítulo discorro sobre parte da estrutura interna da empresa, mais especificamente sobre as equipes de colaboradores, em 20 anos de estudo compreendidos entre os anos 2000 até 2020, período em que a CGP já estava instalada definitivamente no PROJAC, e antes das transformações provocadas pelo *streaming* e aceleradas pela pandemia.

No audiovisual muitos são os profissionais que fazem parte da linha de produção para que um texto ganhe materialidade e um programa chegue às telinhas de cada canto do país, muitas são as pessoas que trabalham para que um programa chegue até “100 milhões de uns”²⁸. Cada colaborador dentro de sua equipe é responsável pela entrega de uma etapa de trabalho, e essas etapas muitas vezes se entrelaçam e se contaminam de forma extremamente orgânica e descontrolada para desespero dos profissionais responsáveis por passar os dados de produção para as planilhas criando as estatísticas de produtividade.

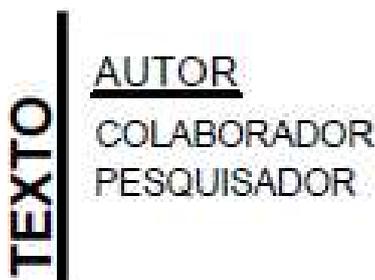
Certas funções devem estar em estreita colaboração, pois são interdependentes. Exemplo? Diretor de fotografia, cenógrafo e figurinista. Num trabalho de natureza industrial como o da televisão há uma tendência de segmentação das tarefas, feitas isoladamente, o que provoca mal-entendidos que frequentemente são percebidos tarde demais, ao começar o trabalho de gravação, o que provoca adiamentos e gastos que poderiam ser evitados se as decisões tivessem sido mais compartilhadas na pré-produção. (Souza, 2014, p.75)

Nesses 20 anos de abrangência do estudo dessa tese, os cargos mudaram muitas vezes de nome, foram inventadas chefias e subchefias, foram criados e suprimidos cargos de supervisores e inúmeras subdivisões de funções foram estabelecidas de maneira que é impossível e irrelevante acompanhar. Portanto, aqui trato dos cargos e funções direcionando o olhar principalmente para suas atividades e responsabilidades, pois o objetivo principal é entender a estrutura da divisão de trabalho e de como essa configuração contribui para o espaço cênico visual da TV Globo. Sendo impossível abraçar a totalidade dos departamentos e equipes que trabalham na empresa, vou estabelecer também que as equipes e departamentos

²⁸ Jargão interno que a empresa gosta de bradar para estimular suas equipes citando o número de espectadores que assistem seu trabalho.

serão estudados de acordo com a sua inter-relação com o departamento de arte, chamado de criação de ambientes onde atua a cenografia que é nosso objeto de estudo primordial.

3.1.1. AUTORES E ROTEIRISTAS



“No Princípio era o Verbo”, Daniel Filho em seu livro o Circo Eletrônico (2001, p.156) parafraseia a abertura presente no Evangelho de São João, que em seus versículos iniciais narra a criação do mundo. Com essa colocação, ele afirma que uma produção de audiovisual começa no papel em branco sob a mesa do autor. O conjunto de palavras que formam o texto, elaborado por somente uma pessoa ou por um conjunto de pessoas, é o ponto de partida para qualquer obra de dramaturgia televisiva na TV Globo. O texto, e consequentemente o autor, é o agente propulsor de uma roda poderosa e cara do audiovisual no mundo, que no caso da TV Globo, envolve centenas de profissionais e recursos consideráveis com uma capacidade de penetração gigantesca em todo o território nacional comandando uma enorme audiência no Brasil. O Autor de novelas e dramaturgo Alcides Nogueira (2008) alerta ao fato de que quando o autor escreve uma página ela representa o trabalho de uma centena de profissionais. Escrever e produzir uma novela demanda velocidade, índices de produtividade e recursos em nível industrial. O grande desafio, segundo Rosane Svartman (2023) é conservar, dentro dessas características de produção, o diálogo com o público e a qualidade da obra, já que em uma novela essas duas dimensões se confundem e são analisadas através dos índices de audiência.

Svartman (2023) fala que a inspiração vem dos acontecimentos do cotidiano, do contato com o público que sinaliza os anseios e devaneios do momento. Os temas não surgem livres das interferências externas, solicitações de produtores e diretores, estudos de demandas de mercado, pesquisas de opinião pública, pressões de anunciantes e ou sugestões de temas políticos que precisam ser anunciados. Daniel Filho diz que o profissional que escreve para a

televisão não pode ter a ilusão que está fazendo uma obra exclusivamente autoral: “Se for teimoso e insistir, terá que trabalhar em outro veículo, porque a novela é feita para atender ao público” (FILHO, 2001, p.181). Mauro Alencar (2002) fala do processo de escolha de um argumento para um programa em detrimento de outro sugerindo como a preocupação com a opinião pública e as estratégias de comercialização da televisão faz com que cada projeto seja tratado como um produto dentro de um mercado cultural de massa o que interfere diretamente nos textos e na autonomia dos autores:

Mexer em time que está ganhando não é fácil. Tanto que a indústria cultural costuma repetir uma fórmula bem-sucedida até a última gota. Daí o paradoxo: os produtos culturais têm de ser idênticos mas essencialmente diferentes. O que torna a escolha do produto a ser lançado uma tarefa não muito simples nem tão fácil. Como um pênalti em final de campeonato, que deveria ser batido pelo presidente do clube, no caso das telenovelas, vários departamentos, principalmente comerciais, e o alto escalão da TV estão envolvidos em sua pré-seleção. Cada qual com seu respectivo foco, como a comercialização, a expectativa do público, tendências estéticas e artísticas e aspectos técnicos. (ALENCAR, 2002, p.71)

Já Rosane Svartman defende que o autor tem a liberdade total de escrita:

Justamente por ser uma obra aberta com um ritmo de produção industrial, o autor titular detém autonomia de sua criação pelo menos até o momento.(...)A improvisação é um elemento fundamental do processo produtivo, ela está centrada na figura do autor, que transforma a narrativa original de acordo com a sua sensibilidade, seja influenciado pelo aprendizado das pesquisas, que ele pode acatar ou não, seja por informações colhidas no dia a dia. (SVARTMAN, 2023, p.94)

Apesar do autor, dentro deste processo industrial, ser considerado muito mais o “dono” da história do que qualquer outro profissional que participe da sua execução, o desenvolvimento da mesma precisa ser feito em conjunto por várias outras pessoas. Cada autor possui sua maneira de trabalhar, dependendo da natureza e da necessidade de cada projeto, sua equipe pode ser composta por diversos colaboradores tais como autores, pesquisadores, historiadores, etc. Portanto a equipe da sala de roteiro é extremamente variável dependendo do gênero, do tamanho e complexidade do produto, do processo criativo do autor principal e de sua maneira de distribuir as tarefas. Um programa de humor pode ter um autor responsável por fechar o programa e vários autores parceiros que ficam responsáveis pela escritura dos sketches ou cenas. Uma novela pode ter o autor responsável por fechar o capítulo, definir os rumos das histórias, e outros autores responsáveis por desenvolver o diálogo e as histórias paralelas que cheguem nesse objetivo maior definido pelo autor. E depois de escrito, o texto também sofrerá alterações pelas equipes que nele irão trabalhar. Diretores e produtores interferem diretamente, seja pela linguagem que imprimirão ou por possíveis cortes e adaptações que se farão necessárias para cumprir as metas orçamentárias ou

o cronograma de gravação. De uma maneira mais indireta, cenógrafos, figurinistas e produtores de arte também acabam interferindo ao sugerir outras ambientações, objetos e figurinos para as cenas, até mesmo outros lugares para a ação.

Também é preciso considerar que cada programa pede uma dinâmica para atender a uma demanda específica. Escrever uma série, um seriado, uma novela ou um programa de humor resultam em processos totalmente diferentes. Na maioria dos produtos de dramaturgia diária, é elaborada uma *storyline* que é o resumo do que é mais importante a ser tratado; uma sinopse que narra o tema, conta o desenvolvimento da história em linhas gerais, descreve a trajetória e as características de cada personagem e contém uma listagem de cenários com descrições sobre eles; posteriormente são escritos as escaletas dos capítulos ou episódios; para só então serem escritos os capítulos ou episódios propriamente ditos.

A sinopse elaborada pelo autor principal, chamada comumente na TV Globo de “bíblia”, é um material extremamente importante no caso da dramaturgia diária. Numa novela, por ser uma obra aberta, tudo o que será necessário para contar a história não está descrito nos 6 primeiros capítulos, mas já precisam ser preparados na etapa de pré-produção. É a partir desta bíblia que todos os departamentos se reúnem e se debruçam para dar visualidade às palavras, portanto é o ponto de partida do processo produtivo. É claro que muitas vezes, um cenário ou um personagem que teria uma importância no início da produção de uma novela não cumprem seu destino e acabam sendo menos explorados ou até mesmo excluídos da trama. Não foram poucas as vezes que um cenário foi desenhado e construído e nunca foi usado como tal. Não foram poucas vezes que uma vilã se tornou mocinha e mudou de casa no meio da trama sem que isso estivesse de fato previsto. Novela, um produto de dramaturgia diária de grande duração é fundamentalmente uma obra aberta onde tudo pode mudar como na vida, seguindo as diretrizes do público e do mercado. A pandemia nos trouxe com a novela *Um Lugar ao Sol* (2021), a experiência de assistir uma novela que se tornou exequível ao se transformar numa obra fechada, o que na minha percepção, devido a quantidade de capítulos, 119, ao não dialogar com o cotidiano, provocou o distanciamento com o espectador, o que pode ter influenciado os índices de audiência e prejudicado a venda de publicidade.

Sobre escaleta, Mauro Alencar em seu livro *A Hollywood brasileira: Panorama da telenovela no Brasil* define: “É o planejamento da ação dramática ao longo de vários capítulos. Em reuniões periódicas, o autor titular define com seus colaboradores o que vai acontecer nos capítulos seguintes. Depois, detalha cada sequência a ser escrita e delega

tarefas” (ALENCAR, 2002, p.72). Filho (2001) afirma que poucos autores trabalham atualmente sozinhos pois, para atender a demanda de escrever cerca de 120 páginas semanais, é necessário prever uma equipe grande mesmo que, no decorrer do processo, se perca um pouco do estilo. Mais recentemente, Svartman (2023) também afirmou a necessidade de colaboradores para atender a alta produtividade de texto exigida numa novela.

Escrever uma telenovela é um trabalho extenuante dado o volume de conteúdo envolvido (...) o ritmo industrial de uma telenovela leva cada autor a elaborar estratégias para suprir a demanda de produção de texto (...) no caso do autor que prefere trabalhar com colaboradores, uma escaleta é essencial. Por meio dela, o autor pedirá aos colaboradores cenas, diálogos ou capítulos completos. (SVARTMAN, 2023, p.85)

Escrever um texto para um programa de televisão na TV Globo requer estratégia para desenvolver uma história que sobreviva às características específicas de cada gênero. Escrever um roteiro de um filme, um texto de novela com 180 capítulos, uma série de 8 episódios, um seriado semanal ou um programa de humor, pedem técnicas diferentes de elaboração e principalmente devem seguir regras para atender as demandas de produtividade de acordo com as necessidades definidas pelo orçamento e determinadas pelo roteiro de gravação.

Atualmente, em uma novela, o ideal é que nenhum ator ou atriz esteja em mais de 25% das cenas de um bloco de capítulos (...) em *Bom Sucesso* e *Totalmente Demais*, 60% da novela se passava em estúdio, 30% em cidade cenográfica e 10% em áreas externas. No estúdio, a produtividade é bem maior, pelo número de câmeras e luz já desenhadas e estabelecidas por cenário, compensando o ritmo mais lento de uma cidade cenográfica e das gravações externas, que ainda sofrem com toda a sorte de imprevistos quando se filma em locação: trânsito, obras, passantes. (SVARTMAN, 2023. p.93)

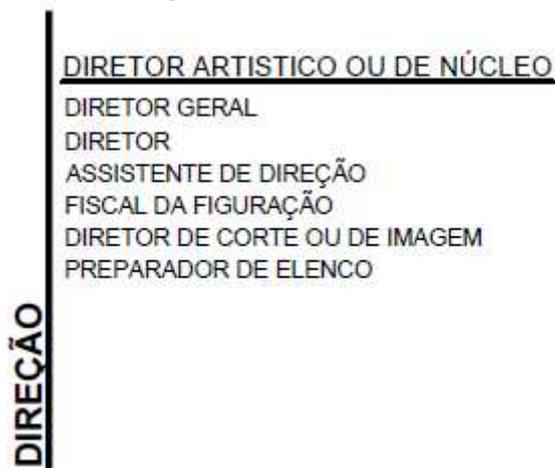
O diálogo entre a equipe dos autores, a direção e a produção é fundamental para que o texto seja viabilizado dentro do cronograma e do orçamento do produto. Cito como exemplo o evento de um casamento ou enterro que vai mobilizar grande parte do elenco inviabilizando o roteiro de gravação em frentes paralelas, esse dia de gravação vai demandar um grande número de figurantes sobrecarregando a equipe de figurino e caracterização, e vai solicitar da cenografia e da produção de arte uma montagem e um custo que talvez, se não foram descritos na sinopse, não estavam previstos originalmente. O autor precisa comunicar e até mesmo perguntar se é viável fazer uma “virada” não planejada na trama para que haja tempo de preparação e execução, desde incluir uma nova personagem, atribuir novas habilidades para alguma personagem já existente, viagens, cenários não previstos, acidentes, etc.

A boa relação entre a equipe de roteiro e a direção é essencial, e são diversos os exemplos práticos. Se um autor não se comunica com a direção e a produção, um evento pode não ser viabilizado dentro do cronograma ou orçamento da novela, por

exemplo. Por evento entende-se um conjunto de cenas que demandam investimento. Uma cena de perseguição, por exemplo, com batidas de carro e dublês, ou uma grande festa que, com muitos figurantes mobiliza boa parte do elenco, impedindo que outras frentes possam ser gravadas - geralmente um casamento ou velório. O autor precisa comunicar a direção uma virada na trama que demanda a preparação específica do ator, se ele vai precisar cantar, por exemplo, ou praticar um esporte. (SVARTAMAN, 2023, p.94)

Existem “viradas”, ou seja, mudanças de rota planejadas na sinopse e por conta disso, parte do orçamento já pode ser desde o princípio reservada para elas. Quanto mais se detalha uma sinopse e quanto maior a frente de capítulos, melhor o planejamento do produto como um todo. Paradoxalmente uma frente muito grande de capítulos concomitante com uma frente grande de gravação em relação à exibição pode aumentar a distância do programa com público e o risco de fracasso é maior. O planejamento necessário para se cumprir metas de produção, portanto influencia diretamente na configuração do texto e pode impedir o imprevisto necessário para se cumprir metas de audiência.

3.1.2. DIREÇÃO



A direção recebe o texto e a partir dele começa a pensar o conceito do programa realizando inúmeras reuniões com os autores e produtores. Daniel Filho defende que o diretor é o primeiro espectador de um espetáculo. “Ele precisa ter um diálogo franco com o autor e o produtor sobre o entendimento da obra. Passar sua visão...” (FILHO, 2001, p. 186) O texto, que neste início vem no formato da storyline ou da sinopse, lhe fornece instrumentos para pensar a estética, a linguagem, o que deseja imprimir, o que e quem pretende atingir, quem busca representar, qual visualidade pretende criar e qual o elenco imagina ser mais adequado para contar a história. Uma vez tendo imaginado estes fundamentos iniciais, em conjunto com

o diretor de produção, a direção começa a escalar a equipe que irá acompanhá-lo na empreitada de colocar as palavras do texto do autor em imagem-movimento.

O mesmo cuidado com a escolha do elenco, o diretor deve ter ao escolher sua equipe de produção: cenógrafo, figurinista, diretor de fotografia... quando escolhe essas pessoas, ele está trabalhando na criação. O trabalho intelectual do diretor está justamente na preparação do espetáculo, nos ensaios, quando lida com todas as possibilidades de cada texto. A PREPARAÇÃO. Creio ser esse processo imprescindível para todos os espetáculos, inclusive as novelas. (FILHO, 2001, p. 186)

Em seu livro *Cadernos da Direção* (2014), o diretor Paulo José descreve o trabalho do diretor como sendo aquele que precisa colocar todos na equipe no mesmo ritmo, no mesmo pensamento, como um maestro que com diversos músicos precisa tocar somente uma melodia, no mesmo tom e ritmo, até que a orquestra toque sem o braço do maestro: “um trabalho coletivo precisa de alguém que assuma a responsabilidade maior na condução das tarefas. Esta é a responsabilidade do diretor.” (SOUZA, 2014, p. 74). Já Daniel Filho defende que o diretor deve “dirigir sem aprisionar as pessoas na ideia que tem do programa” (FILHO, 2001, p. 187), para ele o diretor precisa dar espaço para que outras ideias se somem às dele, pois trabalha com uma equipe multidisciplinar e de talentos diversos. À direção cabe determinar como uma cena deve ser realizada, e neste sentido Paulo José descreve vários tipos de diretores:

Há os diretores de trânsito, que dizem por onde os atores precisam entrar, andar, sentar, etc. Há os diretores visuais, que trabalham exclusivamente com a preocupação visual do plano a ser feito. Há o diretor que dirige o ator, e não se preocupa com nada mais. Há o diretor que se impõe e o diretor invisível. Há o diretor que faz muito plano de cobertura, roda por todos os ângulos e repetem várias vezes e deixam que o editor resolva. (Souza, 2014, p. 74).

A direção decupa²⁹ o texto, esmiúça cada cena e cada plano, indicando para todos os departamentos como estes serão gravados e o que será necessário produzir para tanto. A decupagem feita pela direção é feita primeiramente por cena de capítulo, por bloco, e posteriormente por semana e dia de gravação. Na reunião de leitura de capítulos, feita com todos os titulares dos departamentos, são criadas demandas, respondidas questões e dúvidas, arranjam-se soluções para as ações mais complexas, ou cria-se situações para contar melhor uma história. Muitas vezes a direção decupa sem conhecer o cenário, tendo visto somente a planta baixa e uma prancha de referências. A decupagem prévia permite que enquanto se está

²⁹ A palavra decupar vem do verbo francês *découper* que significa recortar. Na linguagem audiovisual, diz respeito ao processo de dividir as cenas de um roteiro em planos, como parte do planejamento da filmagem. Cada departamento envolvido numa obra de audiovisual faz sua própria decupagem.

filmando uma cena, a outra num outro cenário já pode estar sendo preparada. Muitas vezes na decupagem de cenas mais complexas como acidentes, ou que envolvam computação gráfica e movimentos de câmeras inusitados, é feito um *storyboard* detalhando cada plano para auxiliar as equipes a prepararem o que será necessário para a gravação das cenas. A decupagem permite otimizar o tempo e economizar recursos pois permite racionalizar e planejar o roteiro de gravação que é um guia para todos os departamentos. Importante deixar uma ressalva neste momento de que na TV Globo, dada a complexidade de variantes, o roteiro é feito pela produção e não pelos assistentes de direção como no mercado audiovisual fora desta empresa.

A equipe do departamento da direção é essencialmente formada pelos diretores e pelos assistentes de direção. O tamanho da equipe de direção depende do tamanho do produto a ser feito. Uma novela do horário nobre, por exemplo, chega a ter de seis a sete diretores, assim cinco podem estar gravando ao mesmo tempo em diferentes frentes de gravação, um deles pode estar na ilha de edição finalizando o que vai ao ar, e outro pode estar em reuniões definindo o que será feito nas próximas semanas com os outros departamentos. Cada diretor costuma ter seu próprio assistente de direção.

Normalmente um produto tem o diretor artístico ou o diretor de núcleo, o diretor geral, e os diretores. O diretor de núcleo, que depois começou a ser chamado de diretor artístico, é muitas vezes responsável por mais de um programa ao mesmo tempo, é ele quem define o conceito da obra, a linguagem, o elenco e a equipe. “O Diretor de Núcleo, juntamente com o autor, define a linguagem da novela. Participa ativamente da escalação do elenco. É o responsável por várias novelas ou minisséries” (ALENCAR, 2002, p.82). Por ele passam todas as aprovações do produto e cabe a ele enquadrar as aspirações artísticas ao orçamento dado pela direção de produção. Ele tem o contato direto com o autor e com o diretor de produção, e principalmente está na mesma linha hierárquica deles. Ele define quem serão os titulares de cada departamento e de cada equipe na etapa de conceituação do projeto. É com ele que são feitas as primeiras e principais reuniões de todos os departamentos para as apresentações de pranchas de conceitos e cenários. É com ele que grandes problemas de orçamento são tratados, pois como é responsável por mais de um programa, ele pode deslocar o orçamento entre eles e até mesmo justificar para a direção geral da empresa a necessidade de mais orçamento.

Logo após do diretor artístico ou diretor de núcleo, numa linha hierárquica, vem o diretor geral, que terá mais conhecimento do dia a dia das filmagens, das especificidades do orçamento, da execução das cenas, das reuniões com os outros diretores e com os titulares dos

diferentes departamentos. Ele fará as reuniões semanais de texto e de roteiro com os blocos de cenas. O diretor geral deve coordenar diferentes departamentos e equipes para que todos trabalhem em cima de um mesmo conceito. Tudo o que é produzido por todos os departamentos precisa da aprovação dele.

DIRETOR GERAL: É responsável por manter a qualidade artística e a harmonia da narrativa. Junto com o diretor de núcleo e o autor, é quem dá o tom da novela. Responde pelo produto final. Dirige cenas, participa da edição e fecha os capítulos. Recebe os primeiros capítulos dos autores, coordena o trabalho de mais de uma centena de pessoas, dribla o mau humor do pessoal e todos os problemas técnicos. Cria, elabora e coordena a encenação, utilizando recursos técnicos e artísticos assegurando o alcance dos objetivos. Estuda o texto, analisa o tema, os personagens e outros elementos, a fim de perceber o espírito da obra. Define, em conjunto com o cenógrafo, o figurinista, o iluminador e outros técnicos as melhores soluções, preservando a unidade da obra. Assume a linha filosófica ou ideológica, individual ou coletiva para o trabalho, norteados pelos princípios de liberdade criativa. Decide sobre quaisquer alterações. Define com o produtor a equipe técnica e artística. (ALENCAR, 2002. P.82)

Os demais diretores, no caso de um produto que tenha mais de uma frente de gravação, ficam responsáveis por cobrir as frentes de gravação com cenas de menor importância para o programa, ou cenas com elenco coadjuvante. Eles devem seguir a proposta conceitual definida pelo diretor artístico e pelo diretor geral, e podem e devem arriscar soluções criativas e planos que enriqueçam a obra, afinal, a maior parte das cenas de um programa são gravadas por eles.

DIRETOR: é responsável por estudar o texto e dirigir as cenas determinadas pelo diretor geral. O diretor geral será sempre um dos diretores do programa. Normalmente, há de três a quatro diretores, e um deles é sempre o Geral. O ideal é que o diretor de núcleo participe da direção para dar unidade ao produto. As três funções podem ser exercidas pela mesma pessoa. (ALENCAR, 2002. P.84)

Diferentemente do que acontece no mercado audiovisual fora da TV Globo, o assistente de direção não é responsável pela elaboração do roteiro de gravação, ou seja, do plano de filmagem. Essa atribuição fica sob responsabilidade da produção devido ao grande número de variáveis que precisa considerar para ser exequível. O assistente de direção na TV Globo é responsável por fazer a ponte da direção com os diferentes departamentos, e verificar com esses departamentos se tudo está sendo feito conforme o combinado, se existe alguma dúvida, se é necessário agendar uma reunião. Todo início do *set* de gravação eles precisam verificar com cada departamento e com a maior antecedência possível, se tudo está pronto para a gravação. Está no seu escopo de tarefas verificar se o cenário foi montado corretamente no estúdio ou se a roupa do ator da continuidade da cena sumiu, é tarefa dele antecipar todo e qualquer problema que possa ocorrer. Caso algo esteja errado ou faltando, ele precisa avisar à

direção e à produção para que alterações necessárias sejam feitas de maneira que o roteiro de gravação seja cumprido. Por exemplo, se um cenário não foi montado conforme o combinado, ele avisará a direção e a produção para que alterem a ordem das cenas e a chegada do elenco, assim as questões levantadas poderão ser corrigidas até o final da diária, não provocando impacto no cumprimento do roteiro gravação e conseqüentemente da exibição do capítulo.

Os assistentes de direção também são responsáveis por escalar e dirigir a figuração. Se a cena se passa numa academia de ginástica, numa praia lotada, numa cela de presídio feminino, a figuração precisa ser pensada e escolhida de acordo com os “tipos” que cada ambiente e cena solicita. Eles contam com a ajuda dos fiscais de figuração, que embora não sejam funcionários da TV Globo, prestam serviço e em alguns casos, devido à proximidade com a equipe de direção, foram conquistando espaço e mostrando talento se tornando diretores artísticos. O assistente de direção também deve fazer a ponte entre a direção e a pós-produção passando informações do *set* quando necessário.

ASSISTENTE DE DIREÇÃO: assiste e auxilia o diretor em suas atividades: da preparação da produção até o término das gravações. Coordena as comunicações entre o diretor e o conjunto da equipe e do elenco, assim como o andamento das atividades, visando ao cumprimento da programação estabelecida indica as entradas e saídas dos atores e encarrega-se da adequação e marcação dos figurantes no *set*. Auxilia na pós-produção, orientando os editores. (ALENCAR, 2002. P.84)

Na equipe da direção também podemos incluir o diretor de imagem ou diretor de corte que trabalha em *sets* com mais de três câmeras e em produtos de dramaturgia diária cujo material gravado deve sair pré-editado do estúdio para que dê tempo de editar, finalizar e exibir. Geralmente até os anos 2020 as novelas gravavam com quatro câmeras no estúdio, e duas ou uma câmera nas externas, portanto o diretor de corte sempre esteve presente nas gravações do estúdio que correspondiam cerca de 70 a 60% das cenas do programa. O diretor de corte assiste o ensaio do diretor com os atores e a partir deste ensaio define a posição das câmeras em conjunto com a direção e a fotografia. Na *switcher*, uma ilha de edição em cada estúdio ou numa unidade móvel (caminhão), com a supervisão do diretor, ele edita a cena cortando de uma câmera para a outra pré-editando a cena. Podemos concluir que ele é um montador “ao vivo”, e por isso deve executar os cortes no tempo correto. A função do diretor de corte, ao definir posição de câmera e enquadramentos, faz uma fronteira tênue com as atribuições da direção de fotografia, que sofre atualmente franca transformação dentro da TV Globo.

DIRETOR DE IMAGEM OU DIRETOR DE CORTE: Seleciona as imagens e produz efeitos visuais, operando a mesa de corte nas gravações. Sugere o posicionamento das câmeras e equipamentos (grua). Orienta os operadores de câmeras quanto às tomadas de cena. (ALENCAR, 2002. P.84)

Fato que dentro da produção industrial de uma gravação de dramaturgia diária, ou seja, de uma novela, sobra pouco espaço para a criação de posicionamentos diferentes das câmeras num cenário. Normalmente este tipo de programa é gravado por quatro câmeras simultaneamente, elas são numeradas de 01 a 04 e são posicionadas da esquerda para a direita com relação a boca de cena do cenário de estúdio. O que significa que no “piano” do diretor de corte destro, a câmera um fica no dedo indicador e a câmera quatro no dedo mindinho. Para Daniel Filho, o ritmo do corte deve ser feito, conforme a habilidade técnica mas principalmente de acordo com a sensibilidade do profissional que deve acompanhar as falas, os silêncios e a atuação dos atores. (FILHO, 2001, p. 222)

Importante ressaltar que em programas de dramaturgia semanal, como séries e seriados, dificilmente se utiliza mais do que duas câmeras num *set* de filmagem. Esta regra é quebrada quando há necessidade de alguma câmera especial como uma subaquática por exemplo. E nesses programas não existe o diretor de corte.

Também podemos incluir na equipe de direção o preparador de elenco, porém de maneira híbrida à equipe de talentos artísticos. No início do projeto ele faz leituras do texto e prepara o elenco para a empreitada conforme a linguagem e solicitações da direção e do autor. Em alguns casos ele acompanha o início das gravações ou acompanha algum ator específico como, por exemplo, o elenco infantil.

3.1.3. PRODUÇÃO



A equipe de produção é uma das maiores e compõe um departamento extremamente central e importante num projeto, pois ao mesmo tempo que viabiliza pode inviabilizá-lo. Ela começa hierarquicamente a partir da produção executiva, que é o cargo responsável por toda a produção da TV Globo. Produtor executivo é um termo genérico e que tem mudado de denominação ao passar dos anos, mas a atribuição de coordenar toda a produção e a grade além de elencar o que será ou não produzido continua sendo a mesma com o passar dos anos.

A direção de produção é responsável por vários produtos ao mesmo tempo, assim como o diretor artístico ou o diretor de núcleo. Sua tarefa é ler os projetos, elencar os desafios, além de orçar a obra e torná-la viável. A direção de produção, além de definir a própria equipe de produção, participa da escalação da equipe de todos os departamentos, inclusive diretores e atores.

DIRETOR DE PRODUÇÃO: juntamente com o gerente de produção, acompanha o orçamento de vários programas, com a tarefa de viabilizar a novela e não apenas enquadrá-la no orçamento. Ao lado do diretor da Central, alinha os programas de acordo com as determinações da empresa. (ALENCAR, 2002. P.83)

Na equipe de produção também devemos incluir o gerente de produção - reafirmo aqui que os nomes e cargos vão mudando conforme a nova política da casa e do novo gestor, mas a função não muda, só muda o nome do cargo - que é o “cabeça” do programa, sendo responsável por elaborar o roteiro de gravação em conjunto com os assistentes de direção e com o diretor geral, e portanto idealizando a estratégia e o planejamento de toda a obra. Ele deve trabalhar com toda a equipe e ser o maestro da produção junto com o diretor geral para que todos caminhem juntos e sem grandes conflitos. O gerente de produção vai controlar os gastos mais diretamente e detalhadamente para que o orçamento geral da obra que foi decidido pelo diretor de produção seja cumprido por todos os departamentos, inclusive o dele. Tudo o que é produzido pelos diferentes departamentos precisa da aprovação artística do diretor e da aprovação do orçamento feita pelo gerente de produção para que possa ser realizado.

GERENTE DE PRODUÇÃO: é o responsável pela confecção do roteiro de gravação da semana e, conseqüentemente, pela elaboração de toda a estratégia. Trabalha diretamente com o autor, o diretor geral e os diretores do programa, adequando o texto à capacidade de gravação. Também atua diretamente com outras áreas da empresa, negociando os recursos necessários para a gravação. Presta apoio direto ao diretor de produção na gestão dos recursos materiais, orçamentários e no planejamento do trabalho das equipes de produção específicas da novela e nas metas orçamentárias estabelecidas. (ALENCAR, 2002. P.83)

O gerente de produção possui sua própria equipe: a coordenação de produção; a base da produção; os assistentes de produção; o assistente de estúdio; o produtor de locação, e os

continuístas que são responsáveis por zelar pela continuidade do programa. No chapéu da produção também fica a equipe do financeiro que alimenta as várias planilhas de gastos para ver se existe a probabilidade do orçamento estourar de acordo com o ritmo de gastos.

A coordenação de produção é a dona do *set*, define a função operacional dos assistentes de produção e estabelece a estratégia de gravação juntamente com o diretor e o assistente de direção. Deve se preocupar com a segurança, alimentação, transporte e a garantia de condições de trabalho de todos os envolvidos no *set*. Posso fazer um paralelo com a função do *platô*³⁰ no mercado audiovisual fora da TV Globo.

O assistente de produção de base é o profissional responsável por centralizar e repassar todas as informações necessárias da gravação para todas as áreas, departamentos, parceiros externos, ou seja, para toda a equipe envolvida no produto em questão. É o profissional encarregado de entregar os roteiros de gravação, os textos, capítulos, adendos, alterações e os famosos “vale este”. Agenda carros, solicita água, contrata buffet, informa horários de elenco, ou seja, um profissional de fundamental importância para que o planejado seja posto em ação.

ASSISTENTE DE PRODUÇÃO DE BASE: é o profissional responsável por centralizar e repassar as informações para todas as áreas de infra-estrutura e dos possíveis parceiros externos (locações, por exemplo) encarrega-se da entrega de capítulos, roteiros e adendos. (ALENCAR, 2002. P.83)

O assistente de estúdio mantém a disciplina no estúdio durante os ensaios e as gravações. Ele precisa informar para a equipe a marcação da direção e do diretor de corte. Ele é o responsável pela claquete e verifica se tudo está pronto para entregar o *set* para a direção iniciar o dia. Ele autoriza a direção a iniciar a gravação de cada plano e de cada tomada ou *take*³¹, e caso seja necessário interromper a gravação por algum motivo é a ele que toda a equipe deve se reportar.

O assistente de produção, como descreve Alencar (2002), é um cargo fundamentalmente operacional. É o assistente de produção que coloca em prática as diretrizes do roteiro de gravação, solicitando ou providenciando no *set* os meios materiais necessários para que os processos de produção ocorram sem problemas. Verifica os recursos humanos, materiais e logísticos no momento da gravação. Registra a presença dos atores e figurantes nas gravações de estúdio e/ou externas. Substitui o coordenador de produção em sua ausência.

³⁰ Platô é o grande responsável pela logística do set de filmagem.

³¹ Plano é tudo que está entre dois cortes. Previsto no roteiro, adquire sua constituição final na montagem. Tomada ou *take* é tudo que a câmera registra, desde o momento em que é ligada até o momento em que é desligada. Um mesmo plano pode ter várias tomadas ou *takes* até ficar bom.

Atua no estúdio, cidade cenográfica ou em locações, conciliando interesses entre a produção e a direção do programa.

O cargo de auxiliar de produção é normalmente ocupado por jovens aprendizes, estagiários ou profissionais iniciando a carreira no audiovisual, e fica encarregado na maioria das vezes dos trabalhos operacionais como tirar xérox, deslocar elenco de um *set* para o outro, aprovisionar a água, etc., prestando auxílio em todas as etapas de produção e a todos os profissionais da produção quando necessário.

O produtor de locação é responsável por procurar um lugar ideal fora do PROJAC para a gravação de determinadas cenas. Ele agenda visitas, negocia contratos e organiza todos os detalhes referentes à gravação em alguma locação externa. Ele precisa acompanhar as reuniões de texto e estar extremamente próximo da direção, produção e cenografia para conseguir encontrar a locação perfeita para cada cena. A cenografia precisa passar para o produtor de locação as necessidades artísticas referentes ao cenário que o texto pede para cada cena. A locação precisa ser validada pela cenografia além, é claro, de ser aprovada artisticamente pela direção e pela produção que verifica se a logística de gravação e o orçamento que a locação oferece atendem ao programa.

A continuidade³² conforme descreve Alencar (2002) é o departamento encarregado em garantir o encadeamento lógico entre as cenas. O continuísta fica com os olhos colados ao monitor observando cada detalhe das cenas que estão sendo gravadas: luz; eixo da cena; cenário; figurino; caracterização; gestos do ator; claquete; se é dia ou noite; se é verão ou inverno; se já se passou um dia ou um ano na história; etc. Indica à equipe de figurinos e de caracterização a ordem sequencial das roupas, penteados e maquiagem por cena, com base no roteiro de gravação e na decupagem do texto. Indica à cenografia e à produção de arte transformações ocorridas no meio da cena de cenários e objetos de cena como por exemplo a quantidade de água num copo que o ator bebeu em cena. Ele assessora o diretor de programa quanto ao ritmo da gravação, a continuidade da ação dramática, etc. Informa e orienta a equipe de edição sobre o material gravado e as observações da direção. Por causa das gravações externas, o continuísta está sujeito a constantes deslocamentos. Sua responsabilidade com o produto final é muito grande, porque uma falha na continuidade só poderá ser corrigida se for detectada pela edição ou pela sonoplastia e principalmente se houver tempo e recursos disponíveis para a regravação. Erros de continuidade sempre são

Fonte de piada da imprensa dedicada a fazer críticas aos produtos de audiovisual.

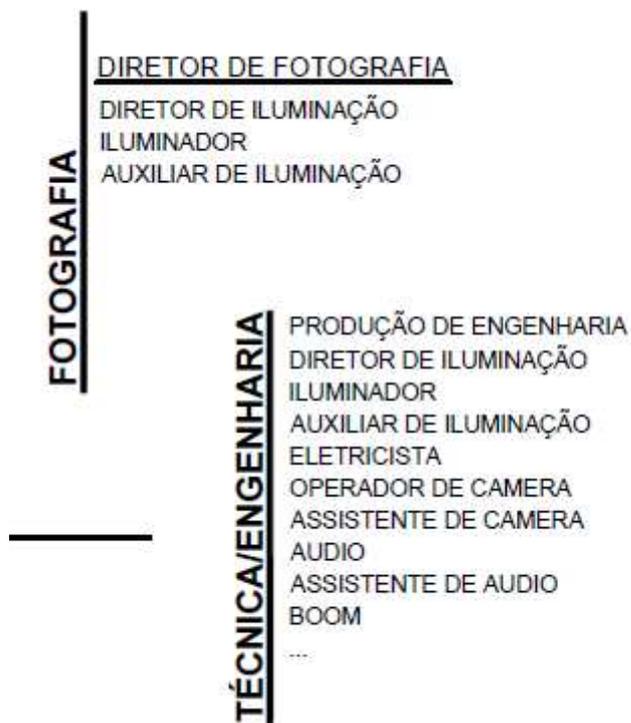
³² A equipe de continuidade na TV Globo faz parte da equipe da produção, diferentemente do que ocorre no cinema onde a continuidade faz parte da equipe de direção.

O produtor de elenco também tem uma presença híbrida no departamento de produção e na equipe de talentos artísticos. Ele coordena as atividades de contratação e preparação de elenco, atuando diretamente com o preparador de elenco. É responsável por pesquisar e apresentar para a direção possibilidades de atores para atuar como determinados personagens, selecionando para a composição do elenco. Ele marca testes de elenco junto com a direção e produção e quando escolhidos os direciona para o setor de talentos artísticos para que efetuem as discussões sobre contrato e cachês.

Ainda no chapéu da produção temos o produtor musical cuja função é bem detalhada por Alencar:

PRODUTOR MUSICAL: Em conjunto com o diretor de núcleo, o diretor geral e o diretor musical, o produtor musical participa da seleção das músicas que integrarão a trilha sonora da novela, bem como dos discos correspondentes a essas trilhas. Compõe músicas e/ou arranjos musicais. Ensaia orquestras, acompanha os ensaios para avaliar a qualidade do som obtido. Acompanha, quando necessário, o endereçamento (identificação e envio) de fitas produzidas pelos sonoplastas. Acompanha e avalia a qualidade da sonorização, orientando o sonoplasta quanto aos resultados desejados. Dispõe de seu próprio estúdio e parque de equipamentos atualizados. É responsável também por obter as autorizações dos compositores e ou orçar e fazer caber dentro do orçamento supostos custos com direitos autorais. (ALENCAR, 2002. p.84)

3.1.4. FOTOGRAFIA



A equipe de fotografia é composta pelo diretor de fotografia, diretor de iluminação e iluminadores. Diferentemente das equipes de cinema, não há maquinista dentro da equipe de fotografia da TV Globo. A equipe de câmera não faz parte da equipe de fotografia e responde ao diretor geral e ao diretor de corte.

No cinema, os diretores de fotografia têm uma importância muito maior do que na televisão, onde a imagem também tem seu papel, mas não é o ponto chave. A menor dimensão da tela e a velocidade da produção impedem que a fotografia tenha o peso que tem no cinema. (FILHO, 2001. p. 262)

O diretor de fotografia na TV Globo é responsável por iluminar a cena. Ele não acende apenas as luzes do cenário, mas também indica onde pode ter contraluz e quais são os melhores locais para os atores ficarem ou se movimentarem. Quando o diretor ensaia com os atores, o diretor de fotografia deve acompanhar atentamente para saber como vai iluminar o cenário e os atores com relação ao movimento e ao posicionamento de câmera. O cenógrafo e o figurinista devem sempre discutir com o diretor de fotografia a cor do cenário e do figurino, para que se possa ter uma concepção harmônica do trabalho. A cor do cenário e do figurino tem influência direta na pele do ator, assim como se a fotografia utilizar alguma temperatura específica de lâmpada ou alguma cor de gelatina pode alterar sensivelmente o tom do cenário e do figurino. O cenógrafo deve trabalhar ao lado da fotografia para pensar o posicionamento de janelas e vãos para entrada de luz, para decidir sobre a colocação ou não de teto no cenário, para determinar a distância de painéis fotográficos, fundos de *chroma key*, telas de *led* ou painéis de projeção. Posicionar fontes de luz artificiais, distribuir luminárias e objetos espelhados sempre deve ser feito em acordo com esse departamento.

Diferentemente do mercado audiovisual fora TV Globo, o diretor de fotografia não define enquadramentos ou linguagens de câmeras, quem define o enquadramento e a linguagem a ser perseguida é o diretor artístico. Principalmente quando se trata de dramaturgia diária como uma novela que grava com mais de duas câmeras e cujo conteúdo gravado deve sair pré-editado do estúdio, o diretor de imagem ou de corte define as posições das câmeras. Alencar coloca o diretor de fotografia numa hierarquia inferior ao diretor de imagem no que se refere à criação dos enquadramentos:

DIRETOR DE FOTOGRAFIA: sob a orientação do diretor de imagem, interpreta o roteiro com imagens mantendo o padrão técnico e artístico durante a produção da novela. Seleciona e aprova o equipamento adequado ao trabalho e os técnicos sob sua orientação. Examina e aprova locações interiores e exteriores, cenários e vestuários. Nas gravações, orienta os câmeras, eletricitistas, maquinistas e supervisiona o trabalho do continuísta e do maquiador, do ponto de vista fotográfico. Quando necessário, acompanha a marcação de luz na edição final. (ALENCAR, 2002. P.84)

Até mesmo a equipe relacionada à manipulação das câmeras e equipamentos afins não está alocada no departamento da direção de fotografia, e sim no departamento da “técnica”. Outros autores colocam que o *cameraman* responde ao diretor de imagem como descreve Alencar, “o operador de câmera opera a câmera a partir das instruções do diretor de imagem. Enquadra as cenas, indica os focos e os movimentos de zoom e câmera, compondo as tomadas. Também chamado apenas de câmera ou cameraman.” (ALENCAR, 2002. P.84). Com a TV a cabo e com o streaming as atribuições da direção de fotografia modificaram muito no decorrer dos anos, e cada vez mais diretores de fotografia oriundos do cinema estão alterando esta dinâmica participando mais das escolhas artísticas e interferindo tanto nos enquadramentos quanto na linguagem do programa.

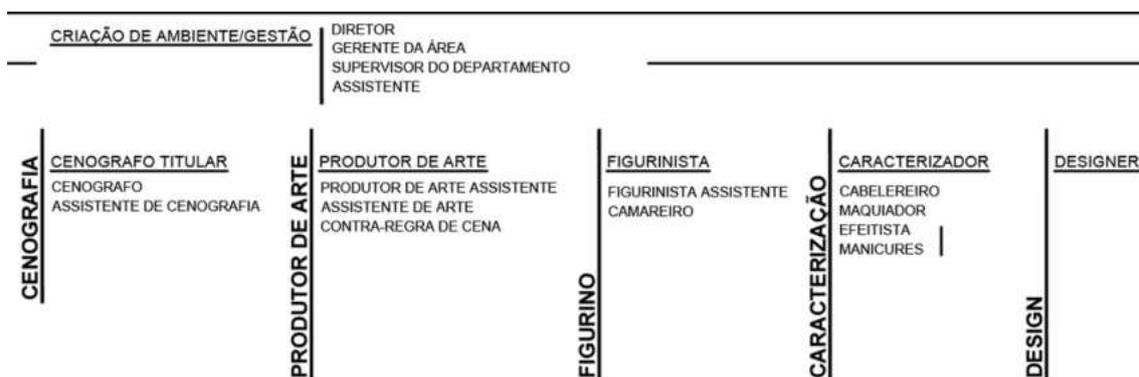
Na década de 90 - com as influências do mundo broadcast e do “formato industrial” de gravação dos programas - a fotografia era muito mais presente na realização, mas não tinha tanta influência artística. Isso ocorria porque os formatos de gravação eram engessados, modelos prontos, muitas vezes “americanizados”. Vale atentar que, até mesmo a fórmula da telenovela brasileira se dava em uma época em que, na TV, a fotografia era muito mais baseada na técnica da luz do que na arte em si. Essa luz era, na maioria das vezes, validada apenas por um engenheiro, que conferia se a mesma era suficiente para sensibilizar o sensor, que fazia o sinal de estar dentro do “padrão” desejável, ou seja, cumprindo sua função técnica. (LUZ, apud MAGALHÃES, 2022, p.233)

O papel do diretor de fotografia dentro da TV Globo atualmente se transforma e se aproxima cada vez mais do mercado audiovisual externo. Os antigos diretores de fotografia, que se formaram na própria televisão, foram pouco a pouco sendo substituídos por profissionais do cinema, e os que lá ficaram foram se adaptando e absorvendo as mudanças. O diretor de fotografia Henrique Luz dá seu depoimento no livro *Brincando de Casinha* de Ana Maria Magalhães sobre as transformações ocorridas dentro da TV Globo neste departamento:

A partir dos anos 2000, nota-se uma evolução na imagem com a nova tecnologia migrando do SD para o HD. O novo formato tem, enfim, um range maior para trabalhar com imagem e, assim, a luz passa a ser uma possibilidade artística ao invés de ser apenas baseada numa técnica ou somente no argumento do engenheiro. Essa evolução facilitou o “pensar artístico” sobre um roteiro: qual a função da fotografia naquela narrativa, qual luz combina mais com a cena, qual nível de dramaticidade e densidade fotográfica naquela cena. A TV finalmente reconhece o poder da direção de fotografia e, com a evolução, começa a criar um tipo de “marca” para cada produção. Com a chegada do sensor de 35mm, a imagem passa a ter um caráter muito mais cinematográfico, uma nova evolução da narrativa no tempo da decupagem, dos enquadramentos. O novo formato é o sonho da maioria dos fotógrafos: trabalhar a profundidade de campo, o range das cores, o RAW. A qualidade bem superior confirma um novo momento da fotografia na TV. (LUZ, apud MAGALHÃES, 2022, p.234)

Diretor de iluminação é o fotógrafo responsável por uma frente de filmagem, mas que ainda não tem o cargo de diretor de fotografia. Suas atribuições num *set* de gravação são as mesmas do diretor de fotografia, sendo que ele não tem autonomia artística, portanto deve seguir o conceito de luz elaborado pelo diretor de fotografia. O diretor de iluminação trabalha mais como um assistente de direção de fotografia em comparação às outras funções artísticas como a cenografia e a produção de arte, cujos assistentes são responsáveis por um *set* quando o titular do departamento não pode estar presente. Importante lembrar que em cinco frentes de gravação distintas em lugares diferentes e por vezes muito longe uns dos outros é impossível que o titular esteja presente em todas.

3.1.5. ARTE OU CRIAÇÃO DE AMBIENTES



O departamento da arte, na TV Globo é chamado de Criação de Ambientes, se subdivide em cinco outros departamentos: cenografia, produção de arte, design, figurino e caracterização. Baseado na abordagem definida pela direção de núcleo do programa, um longo processo é trilhado por cada tronco ou ramificação de colaboradores que utilizam suas especialidades na construção visual do programa. Neste departamento de criação de ambientes, no período compreendido entre 2000 e 2020, no quadro de funcionários ocupando o cargo de diretor de arte havia somente Mário Monteiro. Na grande maioria dos programas, cenógrafos, produtores de arte, figurinistas e caracterizadores criaram e produziram suas entregas sem a orientação global e especializada da visualidade da obra, comumente feita pelo diretor de arte.

Ter diretor de arte na televisão brasileira é uma exceção. Na televisão, algumas posições foram ocupadas indevidamente ou agrupadas numa mesma pessoa. A direção de arte é um desses exemplos. Ela foi desempenhada por cenógrafos e figurinistas, ou integrada à produção de arte, que é quem cuida dos objetos, dos jantares, dos documentos e tal. (FILHO, 2001. p.244)

Durante este período, alguns cenógrafos em determinados projetos como Lia Renha, May Martins, Luciane Nicolino, assumiram parte ou a totalidade das tarefas da direção de arte, porém na grande maioria das vezes prevaleceu a auto-organização da equipe de titulares dos diferentes departamentos em conjunto com a direção de núcleo.

Na televisão, a direção de arte é do diretor. Não há possibilidade da produção de arte tomar esse lugar.(...) A TV Globo só trabalha com um diretor de arte, Mário Monteiro. E tinha a Lia Renha, mas ela saiu exatamente por essa briga, porque ela queria esse crédito. O único diretor de arte da TV Globo é Mário Monteiro, não conheço outro que tenha essa função. (FILIPECKI, apud MOURA, 2015. p.409)

Conforme esse depoimento não havia na televisão um profissional que fizesse a amarração conceitual entre todos os departamentos artísticos ou que os representasse frente a direção e a fotografia como acontece no cinema. Na ausência deste profissional o diretor se dirige ao titular de cada departamento, ou seja, se dirige diretamente à cenografia, à produção de arte e ao figurino para fazer suas solicitações e passar suas críticas. Mas será que é o diretor que faz a conceitualização visual do programa? Lia Renha discorda dessa afirmação defendendo que é basicamente uma questão de poder:

Tem diretores que dizem, “eu que faço a direção de arte”, e não sabem o que não sabem. Estão longe de fazer a direção de arte. Eles fantasiam que vão dividir poder quando tiver um diretor de arte. (...) Não entendem que é uma cumplicidade. Eu já ouvi um diretor que me conhecia falar, (...) “Ah, mas aí se você for fazer direção de arte, eu vou fazer o que?” Ah! Está de brincadeira comigo, você não! Eu vou ser sua cúmplice! Eu brinquei: é um braço direito e outro esquerdo. Eu vou fazer o que você sente. Eu vou traduzir o que você quer. “Ah, tá, então tá.” Entendeu, é questão de poder! Uma resistência muito grande. (RENHA, apud MOURA, 2015. p.410)

O que não está escrito neste depoimento é o fato que o conceito não está dissociado de sua realização, sendo no caso da direção de arte uma via de mão dupla uma vez que o próprio processo de criação e de execução cria conceito. Neste sentido, uma ideia ou um desejo da direção não é capaz de se corporificar, não é capaz de tomar forma, sem o profissional com a habilidade de torná-lo real, seja ele o cenógrafo, o produtor de arte, o figurinista, ou o diretor de arte.

Fato que não havendo o cargo de direção de arte e portanto o profissional que desempenhe essa função, afirmo que até 2020, não existiu um diretor de arte atuando como no cinema dentro da TV Globo. As atribuições da direção de arte foram realizadas ou não em diferentes programas de diversas maneiras, seja por um cenógrafo, por um figurinista, por um produtor de arte, pelo diretor geral, coletivamente, ou por ninguém, não sendo nem mesmo possível afirmar que tenha existido direção de arte em um determinado programa em sua

totalidade. Segue o depoimento de Mário Monteiro, o único diretor de arte creditado como tal até 2020 na TV Globo:

Em novela é impossível você fazer um trabalho que permaneça, porque são 200 e tantos capítulos. E aqueles capítulos vão navegando ao sabor da audiência... então é difícil numa obra aberta, assim, você criar uma unidade pro teu trabalho. No início da novela, a gente acompanha, depois acaba diluindo. O diretor de arte e o diretor de fotografia só fazem os 20 primeiros capítulos, ou 30. Depois, aquilo são os auxiliares deles que tentam manter. Tentam, porque não conseguem, é claro. Na minissérie dá para fazer um trabalho de direção de arte como no cinema. Porque a minissérie é um trabalho fechado. Então realmente dá pra você produzir uma coisa muito mais elaborada, muito mais pensada... você não tem que fazer a coisa da noite pro dia. Amanhã eu tenho que entregar 5 cenários para a novela! Entendeu? Pronto. (MONTEIRO, apud MOURA, 2015. p.410)

O que Mário Monteiro deixa claro neste depoimento é que para ele, a demanda de produtividade e o modo de produção industrial de trabalho da TV Globo interfere diretamente na direção de arte dos programas. Manter a unidade conceitual numa obra aberta de gravação diária com 5 frentes concomitantes e em horários diversos como uma novela, parece ser uma tarefa irrealizável. Já trabalhar a visualidade numa obra fechada com menos capítulos, uma frente de gravação, mesmo que esta esteja submetida ao processo industrial de trabalho parece ser mais factível.

Na ausência de um profissional que desempenhe a função do diretor de arte, a maneira como a criação de ambientes é dividida faz com que os departamentos de sua subdivisão trabalhem muito em pares: cenografia com produção de arte, cenografia com design, produção de arte com design, figurino com caracterização, e produção de arte com figurino. Sem o trabalho coletivo desses departamentos é impossível que exista articulação artística e unidade conceitual no mesmo programa. Vamos a seguir detalhar cada um dos departamentos que fazem parte da criação de ambientes da TV Globo comparando, quando necessário, as atribuições dessas funções no mercado audiovisual fora da emissora.

3.1.5.1. CENOGRAFIA

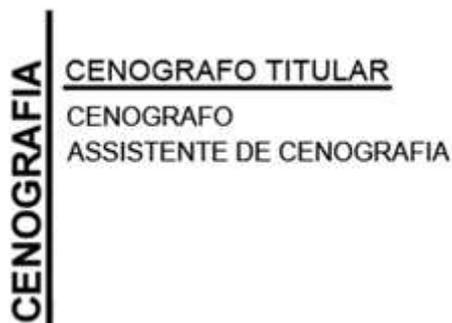
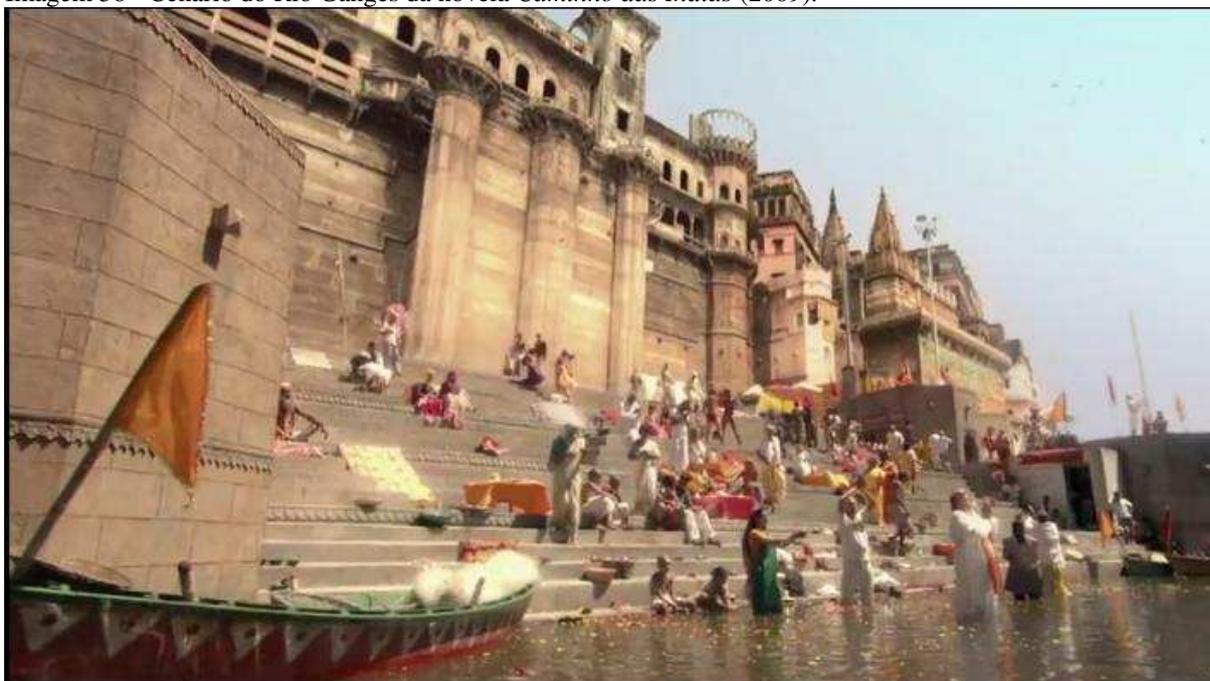


Imagem 56 - Cenário do Rio Ganges da novela *Caminho das Índias* (2009).



Fonte: print screen da novela caminho das índias na plataforma da Globoplay

Na TV Globo até 2020 a cenografia é a responsável por definir junto com a direção o conceito e a concepção do ambiente plástico do programa. Colabora junto com a direção e a fotografia para a criação das atmosferas da imagem, e pode ser considerada um dos tripés de criação do produto audiovisual da emissora. Define o desenho do espaço e a disposição de elementos físicos organizando os caminhos possíveis para a ação e movimentação das personagens construindo perspectivas, e profundidades, determinando enquadramentos e movimentos de câmera. Determina a entrada de luz, entrada de elenco, cor, textura, partido arquitetônico.

A grande vantagem da televisão para um cenógrafo é que ele pode exercitar a atividade em vários níveis e adquirir know-how em pouquíssimo tempo, e isso não só pela velocidade do veículo, mas por sua variedade. Então o grande mérito da televisão é dar oportunidade de você, num ano de trabalho, realizar o que fora dela não se conseguiria fazer em 10 anos. (FILHO, 2001. P.260)

A cenografia apresenta para direção e para os demais departamentos as pranchas de referência, maquetes eletrônicas ou físicas, plantas baixas de cenários, pranchas com pesquisas de materiais, mobiliário e paletas de cores dos cenários, tomando para si a tarefa de conceituar o *moodboard*³³ geral do programa, em correspondência às atribuições da direção de arte fora da TV Globo. Neste sentido o ambiente onde a personagem se estabelece, seja ela sua casa ou seu local de trabalho acaba sendo determinante para as outras escolhas que serão feitas por todos os departamentos. Se na “bíblia” escrita pelo autor a personagem está assim descrita: mulher de classe alta muito culta e ligada às artes plásticas; homem de classe alta que ascendeu recentemente sendo do tipo meio novo rico que não tem cultura e não tem livros em casa; personagem pobre batalhadora que vai vencer na vida com muito trabalho e que aposta na educação dos filhos; personagem abandonada pelos pais e que caiu no mundo das drogas e da prostituição mas que deu a volta por cima abrindo um bordel; são dados que vão criando histórias e trazendo consigo centenas de referências tipológicas em cada integrante das múltiplas equipes. Por isso a questão do repertório para um cenógrafo é muito importante.

Ao conceituar os cenários, a cenografia determina a paleta de cor a ser usada na obra, faz as escolhas arquitetônicas, define os móveis e a decoração, portanto além de desenhar e detalhar os cenários, também é responsável por vesti-los de móveis, objetos, eletrônicos, almofadas e cortinas. Chamamos de contrarregra leve os adereços, os objetos, cortinas e almofadas; e contrarregra pesada os móveis, e eletrodomésticos. No mercado audiovisual fora da TV Globo, a cenografia projeta, desenha, detalha e acompanha a construção do que foi concebido pelo diretor de arte. Seu trabalho termina após erguer o cenário e colocá-lo à disposição da produção de arte e de objetos para que estes o preencham com móveis e adereços como descreve Vera Hamburger no seu livro *Arte em cena: a direção de arte no cinema brasileiro*:

Colaborador do diretor de arte em todos os assuntos ligados ao espaço cênico, o cenógrafo inicia seu trabalho geralmente na fase da pesquisa e análise técnica do roteiro, acompanha a busca de locações e a realização dos primeiros esboços, desenvolve os desenhos do projeto executivo, realiza estudos de cor e de ambientação dos cenários e, por fim, acompanha a construção, a pintura e o tratamento dos ambientes. (HAMBURGUER, 2014. p. 25)

A partir do texto, a cenografia na TV Globo faz a listagem de cenários e personagens e em conjunto com a produção e direção determina, considerando o orçamento total da obra, que verba será destinada para cada cenário. Também em conjunto com esses dois pilares

³³ O *moodboard* é um termo usado pela direção de arte no mercado audiovisual fora da TV Globo. É uma espécie de mural que pode ser composto por imagens, vídeos e elementos visuais que representam a essência de um projeto

define o que será resolvido no estúdio, na cidade cenográfica e em locações fora do PROJAC sendo que a escolha e a aprovação de locações, também é de sua responsabilidade pois todos os espaços, tudo o que se transforma em imagem, fazem parte da cenografia.

Além da concepção, a cenografia também projeta, desenha, detalha, monta e *dressa* todos os *sets* de gravação, sejam eles em estúdio, cidades cenográficas ou interferências nas locações externas. Viabiliza tecnicamente a logística e os custos da construção e montagem de todos os espaços cenografados, gerencia os orçamentos. Fazem parte deste departamento o cenógrafo e o cenógrafo assistente.

CENÓGRAFO: Cria e projeta os cenários, a partir das sinopses e das informações obtidas nas reuniões de simulação. Elabora o orçamento da célula de cenografia em conjunto com o diretor de programa, o diretor de produção e o diretor de núcleo. Acompanha os gastos, zelando pelo cumprimento dos valores aprovados no orçamento e também pelo detalhamento do projeto e pela montagem de todas as ambientações e espaços necessários à cena. Aprova, em conjunto com o diretor do programa, assistente de direção e/ou produtor de arte, os locais escolhidos pela produção para as cenas externas. Orienta as equipes envolvidas na criação, montagem e elaboração dos projetos cenográficos. Determina os materiais necessários. Dirige a preparação, montagem e remontagem das diversas unidades de trabalho. É um profissional que se desloca com frequência para acompanhar as gravações, as diversas etapas de execução do cenário idealizado e para examinar as locações externas. Trabalha sob muita pressão para cumprir prazos previstos para a criação dos cenários e para o início das gravações. (ALENCAR, 2001. P.85)

Enquanto o cenógrafo titular concebe os cenários, conceitua os ambientes, cria a cidade cenográfica, participa de inúmeras reuniões com a direção e a produção; os assistentes detalham, desenharam, projetam, procuram móveis e objetos, separam móveis e objetos nos acervos e nas lojas, para que sejam aprovados pelo cenógrafo. Os assistentes acompanham o trabalho da equipe de cenografia e a montagem de um cenário em todas as etapas, desde o projeto, a construção, a pré-montagem até a entrega para a direção no dia da gravação, algumas vezes quando necessário, eles também ficam presentes no *set* ao lado do monitor verificando se tudo está conforme o determinado. Importante perceber aí uma diferença entre as atribuições da cenografia na TV Globo e da direção de arte: a equipe de cenografia raramente acompanha a gravação em uma novela que é um produto de dramaturgia diária. Sendo esta uma obra aberta, a grande totalidade do que deve ser produzido é feito durante o período das gravações que ocorrem em cinco frentes simultaneamente, ou seja, é impossível que o cenógrafo titular esteja em todos os lugares ao mesmo tempo, e mesmo se sua equipe contemplasse um número gigantesco de assistentes, o que não é o caso durante a continuidade, seria impossível manter a unidade conceitual com tantas demandas paralelas. Já em séries e seriados, obras fechadas de poucos capítulos, ou em programas com uma frente de gravação somente, o assistente de cenografia acompanha a gravação estando atento a tudo o

que diz respeito a cenografia, mas jamais com relação ao trabalho de outros departamentos, diferentemente ao assistente de direção de arte cuja atenção deve estar na totalidade do que se transforma em visualidade no quadro.

Na TV Globo, para compor a equipe da cenografia é exigido do profissional curso superior completo sendo que os cursos de arquitetura e urbanismo e cenografia são os mais requisitados. Como o nível de detalhamento necessário para a construção de um cenário é grande e, a partir dos anos 2000, feito em AutoCAD, é imprescindível o domínio das técnicas de desenho e de representação gráfica assim como o conhecimento das técnicas de construção e do vocabulário específico de arquitetura e cenografia.

Parte importante no processo de criação do cenógrafo na TV Globo foi a inclusão do meio digital que ocorreu a partir dos anos 2000. Antes deste ano, os cenários eram detalhados a mão, em pranchetas e folhas de papel manteiga com grafite e nanquim. A partir dos anos 2000 um grande esforço foi feito por parte da empresa e dos profissionais que lá atuavam para modernizar o modo de produção adotando o computador como instrumento de trabalho e de projeto. Vários programas foram testados ao longo dos anos, mas até agora o AutoCAD tem sido priorizado e todos os cenógrafos e cenógrafos assistentes foram submetidos a cursos para aprenderem a utilizar o programa. A partir desta ferramenta de desenho, o detalhamento se tornou cada vez mais preciso e outras técnicas foram introduzidas, tais como recortes eletrônicos, plotagens, artes em *photoshop*, *illustrator*, *corel draw*, perspectivas em 3d Max, etc. Essas inovações técnicas e tecnológicas trouxeram mais especificidade para a mão de obra utilizada no departamento de cenografia, sendo praticamente impossível que alguém sem o domínio dessas ferramentas ingresse no corpo de funcionários.

O fazer do departamento de cenografia é multidisciplinar, catalisador de diversas áreas tais como arquitetura, cenografia, teatro, cinema, design, artes visuais, comunicação, semiótica, estudos da imagem e da dramaturgia, dentre outras. O repertório do profissional, portanto, exige familiaridade com diferentes áreas de conhecimento sendo imprescindível o domínio de projeto arquitetônico e cenográfico, detalhamento arquitetônico e cenográfico, conhecimento das técnicas de cenotecnia, de construção e dos materiais, desenho livre e técnico, programas de computador e técnicas de apresentação, história da arte, da arquitetura, da cenografia, do mobiliário e do design. As habilidades específicas exigidas aos profissionais incluem gestão de equipe, administração de obra, controle de orçamento, utilização de planilhas, conhecimento de lojas de diferentes naturezas, da cidade onde se trabalha, da

paisagem urbana, de possíveis locações que possam servir a dramaturgia, mas principalmente é necessário o olhar curioso para observar a realidade e o entorno.

Considerando a abrangência das características do profissional que compõe a equipe de cenografia na TV Globo, posso concluir a importância do departamento na criação das atmosferas dos produtos, sua contribuição para o desenvolvimento da narrativa e para a construção do personagem que nasce tanto imerso no espaço cênico quanto no espaço imagético do espectador.

Outros departamentos servem ao departamento da cenografia, porém consideram os cenógrafos “clientes” a serem atendidos em suas demandas. Posso citar o departamento de design e a divisão industrial que detalharei mais a frente.

3.1.4.2.PRODUÇÃO DE ARTE

PRODUTOR DE ARTE	<u>PRODUTOR DE ARTE</u>
	PRODUTOR DE ARTE ASSISTENTE
	ASSISTENTE DE ARTE
	CONTRA-REGRA DE CENA

Imagem 57: foto com objetos de cena com vivência no cenário casa de Lucinda no Lixão na novela *Avenida Brasil* (2012).



Fonte: print screen de cena da novela *Avenida Brasil* na plataforma Globoplay.

A produção de arte na TV Globo, se ocupa dos objetos de marcação de cena que contracenam com os atores diretamente na ação, o que no mercado fora da emissora é chamado de *props*³⁴. É o departamento responsável pelos objetos do universo mais específico das personagens e que podem ganhar um enquadramento da direção específico como um plano detalhe e ocupar a imagem total da tela ganhando protagonismo na cena e fornecendo dados para a compreensão imediata da história pelo público.

Primeiro, ela encontra um contador de histórias, seu mestre diretor e todos os seus discípulos. e com eles estuda, pesquisa, cria e depois de tudo pronto, ela entra em uma casinha, onde encontra móveis, tapetes, quadros e alguns objetos de decoração. Entra com seus contrarregas que trazem um carrinho repleto de objetos que darão vida a esta casa: porta-retratos, vasos com flores, objetos de arte, livros de arte para a pequena biblioteca, telefone, caderneta, canetas, e tudo mais que dê vida ao ambiente. (MAGALHÃES, 2022, p.17)

Este departamento também fica encarregado pelos veículos de cena, armas, animais, e pelo que vai ser consumido pelos atores em cena, como cigarros, drogas, comidas e bebidas de cena. É de sua responsabilidade o que chamamos de vivência, ou seja, aquilo que dá vida ao cenário, que faz com que aquele lugar esteja realmente ocupado pela personagem e não seja apenas um espaço meramente decorativo, como por exemplo: os cigarros acesos nos cinzeiros; a bagunça em cima da cama; as migalhas de pão na mesa do café da manhã; as

³⁴ *props* é o termo inglês usado para designar adereços que o ator vai usar em cena para desempenhar uma ação.

roupas jogadas num quarto bagunçado; a louça suja na pia; os diversos vidros de perfume ou coleções das personagens; os mantimentos de uma dispensa, etc. Entretanto aquilo que é considerado “decoração” de cenário e não objeto de uso da cena, são na maioria das vezes itens compartilhados com a cenografia: almofadas, porta-retratos, quadro de aviso; cartazes; interior de armários; interior de estantes; velas; decoração de cristaleiras; colchas de cama; enfeites em geral de banheiro e cozinha; etc. Já as bolsas e mochilas, malas e pastas, alianças e guarda-chuvas são na maioria das vezes compartilhados com o figurino, pois eles influenciam diretamente na vestimenta cênica que o ator estará carregando. São aqueles territórios híbridos que geram conflitos e também ricas controvérsias.

PRODUTOR DE ARTE: Efetua as pesquisas sobre cenários, figurinos, decoração, adereços, costumes, comportamentos, linguagem, entre outros, com relação à época, às circunstâncias, à condição socioeconômica e ao perfil dos personagens, interagindo com o responsável pela pesquisa de texto produzida para o autor. Elabora os devidos orçamentos, em conjunto com o cenógrafo, diretor de produção e diretor de núcleo, zelando por seu cumprimento. Seleciona as locações e os objetos de cena. Sugere, com base nas pesquisas, a ambientação de cenários e a caracterização dos personagens e figurantes. Acompanha, quando possível, ensaios e gravações, orientando a direção quanto aos aspectos objetivos do comportamento e da linguagem (prosódia) dos personagens. Providencia e torna disponíveis os materiais específicos dos personagens e demais itens de cena para as gravações. Coordena as atividades da equipe de contra-regra de cena. (ALENCAR, 2001. P.84)

Na equipe de produção de arte ficam alocados os produtores de arte, os produtores de arte assistentes e os contrarregras de cena. Os produtores de arte são responsáveis pela conceituação e aprovação do conceito dos objetos de cena e pertences pessoais das personagens, pelas pesquisas de época, de ritos jurídicos, pesquisas médicas, e outras pesquisas específicas que o texto exija. Tudo o que envolve a ação dos atores, inclusive possíveis correções a serem feitas nos textos caso eles apresentem alguma incoerência ou erro faz parte do trabalho deste departamento. O produtor de arte também apresenta sua pesquisa, faz pranchas de referência com fotos de objetos já garimpados para aprovação com a direção. A produtora de arte Alda Gonçalves fez uma postagem em 25 de junho de 2024 falando de sua mesa de trabalho, segue o texto transcrito em sua integralidade:

A mesa dum Produtor de Arte é sempre uma mistura louca de coisas totalmente aleatórias, porque ele pode precisar de um pedaço de arame, uma boca de fogão, um cristal ou um unicórnio de plástico a qualquer momento. Esse é o time que faz acontecer a cena: a gente veste as realidades cênicas criadas, atribuindo sentido, ênfase, sabor, personalidade, colorido, significado. Claro que os demais criadores também fazem isso - mas esse time existe especificamente pra isso. A adedanha é completa, vai de flor a carro, país, nome, bicho, o que você puder imaginar. É como se a gente plantasse e colhesse o lúpulo, produzisse a cerveja, bebesse, lavasse o copo e passasse o pano no chão da cozinha. Estamos tanto em tudo, que parece às

vezes que nem estamos. Mas não se engane: o trabalho é extremamente especializado, delicado, profundo, amplo, extremamente árduo. Isso se traduz em pesquisas densas, o bom Produtor de Arte é o melhor detetive de tudo. Pessoas artistas que precisam ter olhar de gestão de pessoas, jurídico, financeiro, moral, mercadológico, relacional, de logística. Nem preciso dizer que isso é extremamente difícil, há gaps pessoais, emocionais, profissionais que ainda levam tempo e perfil para desenvolver, em estruturas de trabalho complexas como um formigueiro gigante. Esse time fala de escargot a reboque, mesmo. (GONÇALVES, em @aldagon, 2024)

Imagem 58 - print screen da postagem no instagram da produtora de arte Alda Gonçalves.



Fonte: https://www.instagram.com/p/C8o_JW4O9IH2fLYYZYP8QW1iWt_36clwBb65hY0/

Os produtores de arte assistentes se dividem em duas funções diferentes: o trabalho de base e o trabalho do *set*. A base decupa o texto e coloca a decupagem em uma planilha cena a cena para que nada falte no momento da gravação, é sua tarefa pesquisar e adquirir objetos e materiais para os cenários e para o dia a dia, é responsável por enviar os pedidos de compra para o suprimentos, por contratar assessorias caso necessário como por exemplo médica, jurídica, religiosa, etc., e por verificar se tudo está sendo feito de acordo pelos fornecedores. Seu trabalho olha para o futuro, para a semana seguinte de gravação.

A equipe de produção de arte assistente que acompanha a gravação fica, junto com o contrarregra de cena, ancorada ao presente. Geralmente existem um assistente e dois

contrarregras por *set* de gravação. Ela deve aprovar os objetos de cena com a direção e adequá-los a qualquer demanda de última hora; ela assiste a gravação no monitor acompanhando cada plano para verificar se as exigências da cena assim como as diretrizes das pesquisas estão de fato sendo respeitadas e gravadas como devem. Atua ao mesmo tempo como fiscal da pesquisa, sendo responsável por checar o trabalho dos outros departamentos para corrigir alguns objetos ou vestimentas fora da época ou classe social retratada. Importante ressaltar que os outros departamentos também fazem suas pesquisas, mas a produção de arte acaba se responsabilizando, como já vimos, por uma questão de história da própria função dentro da TV Globo. Atua também como um fiscal do texto, em determinados produtos quando também fica encarregada de acompanhar as falas dos atores para verificar se estão corretas e ouvir o texto do elenco para acusar erros de português e possíveis improvisos.

Ao acompanhar a gravação, a equipe de produção de arte contribui para a construção da visualidade do quadro no que diz respeito aos objetos de cena, porém não responde pelos elementos da equipe de cenografia e do figurino, sendo que em muitos produtos como vimos anteriormente, a cenografia não acompanha a gravação. Na prática significa que a produção de arte não se ocupará das aberturas das janelas, cortinas, vazamentos de espelhos, adequação da posição de quadros em função de enquadramentos, arrumação de móveis na continuidade, colocação de plantas, etc. Portanto, tudo o que foi colocado pela cenografia no cenário é responsabilidade da cenografia e dos contrarregras de montagem, e se esses profissionais não estão presentes durante a gravação, o potencial de erros e de problemas de continuidade e acabamento que vão ao ar em produtos com muitas frentes de gravação cujo cenógrafo não acompanha o *set* é enorme.

O contrarregra de cena, assim como os assistentes de produção de arte, também precisa ler o texto e decupar o roteiro do dia, conferir se todo o material está certo, verificar com os almoxarifes do programa os objetos de cena que serão usados no dia de gravação e separar esse material com os almoxarifes. Se algo estiver faltando é de sua responsabilidade avisar a base da produção de arte para que ela possa providenciar, e caso não seja possível, ele deve ser capaz de solucionar todo e qualquer tipo de problema com muita criatividade. Afirmo que não há problema que não possa ser solucionado por um bom contrarregra de cena, eles são o fim da linha e por conta disso, peças fundamentais ao bom funcionamento do *set* de gravação. O contrarregra de cena acompanha a cena na boca de cena para ver se está tudo certo e para reiniciar todos os objetos de cena quando necessário: dar o *restart* ou o *reset* da cena é sua função. Fica atento de prontidão para entregar os objetos de cena para o ator,

movimentar objetos pequenos que possam atrapalhar o reposicionamento das câmeras e/ou para deslocar os objetos em primeiro plano.

CONTRA REGRA DE CENA: atende às solicitações do diretor do programa, do produtor de arte e/ou do cenógrafo durante as gravações, providenciando e colocando em cena todos os materiais requisitados. Entrega aos atores e figurantes os objetos que usarão na filmagem. Lê os capítulos das novelas e decupa os roteiros de gravação. (ALENCAR, 2001. P.85)

Na TV Globo quem movimenta móveis pesados e os elementos colocados no cenário pela cenografia, como mesas de centro, sofás, cama, mesas de cabeceira, geladeira, fogão, cortina, etc, é o contrarregra de montagem. Já o maquinista movimenta tapadeiras, painéis fotográficos, ou seja, as peças de cenotécnica. Falaremos mais destas funções quando descrevermos o departamento da divisão industrial.

3.1.5.3. DESIGN

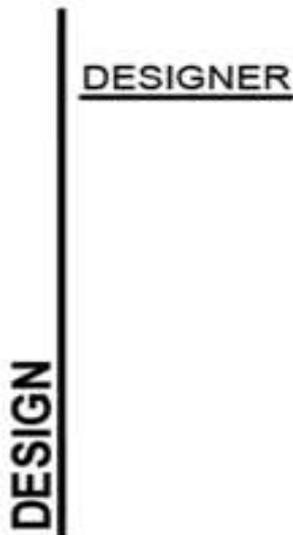


Imagem 59 - sequência em que Nina encontra a foto dela com Jorginho na novela *Avenida Brasil*.



Fonte: print screen da cena da novela *Avenida Brasil* na plataforma Globoplay.

O departamento de design dentro da TV Globo é responsável por alimentar a produção de arte e a cenografia por projetos visuais, pelas artes gráficas e pelos materiais gráficos que visam comunicar e representar ideias que vão desde logotipos, letreiros, embalagens, livros, revistas, quadros, até papel de carta para um hotel ou um cardápio de restaurante. Esse departamento é fundamental para a vivência e para tornar o espaço cênico visual verossímil. Paralelamente à revolução tecnológica iniciada pelo uso de programas de computação, plotagens em diferentes mídias como lonas, tecidos, carpetes, e impressões em 2d e 3d; o trabalho do designer tornou-se fundamental no departamento da arte dentro e fora da TV Globo.

Em um determinado período o designer ficava alocado num programa específico, atendendo as demandas necessárias, se contagiando da linguagem e do conceito se tornando um agente criativo importante na engrenagem. Porém, diferentemente do que acontece no mercado audiovisual fora da TV Globo, nunca foi seu trabalho ler o texto e decupar para dali extrair sua própria demanda. O designer recebe uma solicitação extremamente detalhada da equipe de produção de arte ou da equipe de cenografia através de um email, de um sistema, ou de um aplicativo. Exemplificando: se a produção de arte ao decupar o texto verifica que precisa de um cardápio, cabe à ela fazer o pedido ao departamento de design por meio de um email ou de um sistema e dar as referências do que pretende; se a cenografia ao fazer o

projeto de um cenário verifica que precisa de uma placa com logo para a fachada de uma loja, cabe a ela solicitar e dar as referências e as medidas para que o designer elabore a arte gráfica.

Na TV Globo a equipe de cenografia absorve parte do trabalho gráfico para justamente acelerar o processo e por estar mais em sintonia com o conceito do cenário. Os assistentes fazem a arte de papéis de parede, piso, azulejo, cerâmica, quadros, texturas, painéis fotográficos, etc, sendo portanto fundamental o domínio de programas como *photoshop* e *illustrator*, *indesign*, etc.

O figurino raramente passa suas demandas diretamente para o departamento de design, quando precisa de alguma arte, como por exemplo alguma logomarca para camiseta, ele solicita para a produção de arte, pois junto desta arte existe um nome que precisa ser aprovado pela direção e autorizada pelo jurídico. A liberação de nomes é, em sua grande maioria, solicitada pela produção de arte ao departamento jurídico.

A equipe de designers já trabalhou em várias configurações, atendendo principalmente a Produção de Arte e Cenografia. Esse atendimento já se deu em dupla em trio ou individualmente, com um designer alocado em cada produto, no estúdio onde estava sendo gravado. ... Nosso processo atual é, a partir do recebimento de um pedido por email vindo das áreas parceiras como produção de arte, cenografia, figurino e caracterização, criar peças gráficas de qualidade para auxiliar no processo de tornar as cenas o mais real possível. ... Como exemplos de trabalhos de design gráfico na área de produção artística podemos citar a criação, em parceria com a Cenografia e Produção de Arte, da identidade visual e peças impressas ou digitais que irão compor cenários e ambientes de gravação. no Figurino, o designer cria os anteprojetos juntamente com a figurinista, produz estamperia e layout de uniformes. Na Caracterização participa também da elaboração de pranchas conceituais de apresentação e cria ilustração para tatuagens cenográficas dos personagens. (AMORIM, apud MAGALHÃES, 2022. p.235)

A quantidade de material gráfico necessário para compor um cenário e uma cena é enorme e frequentemente subestimada. As equipes, na maioria das vezes, não são adequadamente dimensionadas, e o trabalho ainda carece de reconhecimento face à importância que possui para dar verossimilhança ao espaço cênico. As grandes empresas como a TV Globo esbarram em questões de direitos de imagens e precisam produzir seu próprio material gráfico, até mesmo as imagens produzidas por designers contratados precisam passar pelo departamento jurídico para serem avaliadas e aprovadas por poderem ter desenhos, fotografias ou pessoas que não possuem autorização para serem veiculadas. Seguem abaixo dois exemplos, o primeiro é a foto do cenário da redação de jornal da série *Filhos da Pátria 2* (2019) cuja história se passava na década de 30, e o segundo exemplo se refere a foto do cenário Baladão da novela *Malhação* (2011) que tinha um grande mural de cortiça que preenchia todas as paredes.

Imagem 60: foto do quadro de aviso com material gráfico produzido pela equipe do design para o cenário da redação do jornal na série *Filhos da Pátria* (2019).



Fonte: fotografia do cenário feito pela cenógrafa e autora da tese.

Imagem 61: print screen de cena do cenário Boladão da novela *Malhação* (2011) onde percebe-se uma quantidade grande de material gráfico produzido para dar vivência ao cenário.



Fonte: print screen de cena da novela *Malhação* (2011) da plataforma Globoplay.

Neste segundo exemplo acima, a arte do balcão foi feita, sob encomenda da cenografia, pelo designer do programa e teve como referência os murais urbanos do profeta Gentileza, cuja família autorizou a utilização. A cenografia projetou o balcão, aprovou a referência com a direção de Núcleo, solicitou aprovação ao departamento jurídico do uso das frases e reconfiguração dos murais do profeta Gentileza, passou as medidas exatas da arte para o departamento de design que absorveu a encomenda e fez a arte que foi passada para os pintores de arte letristas.

3.1.5.4.FIGURINO E CARACTERIZAÇÃO



O figurino e a caracterização são os departamentos que mais se aproximam da estrutura do mercado audiovisual fora da TV Globo, principalmente ao verificar-se que na maioria das vezes o figurino é o departamento mais independente da direção de arte. Segundo Adriana Leite no seu livro *Figurino uma experiência na televisão*, (2002) o figurino não se limita a colocar roupa nos atores, mas respalda a narrativa, é um elemento de comunicação direta com o espectador capaz de definir época, status social, idade, profissão e personalidade da personagem. Colado na pele do ator estão as características mais íntimas e essenciais da personagem.

O figurinista, a partir da sinopse, conceitua os figurinos dos personagens e da figuração, apresenta pranchas com desenho de figurinos, imagens de referência, fotos de roupas e acessórios que já foram garimpados e aprova esses conceitos diretamente com a direção artística do programa. Marília Carneiro, figurinista TV Globo, em seu livro *No camarim das oito*, descreve a sinopse como a bíblia do figurinista:

É a partir da sinopse que imagino, num ânimo enlouquecido que marca cada comecinho de novela, todos os detalhes de cada personagem. Imagino como é a forma da pessoa: se ela vai ser morena ou loira, se vai adorar cabelo curtinho ou vai ter um cabelão, se gosta de seda ou de linho, se é orgânica, *clean* ou barroca. Neste ponto estou bebendo da fonte do autor, que descreve cada personagem em sua totalidade. Estão lá sua origem, seu comportamento, seus projetos de vida. (CARNEIRO, 2003, p. 66)

Na TV Globo o conceito é elaborado individualmente por cada um desses três departamento – cenografia, produção de arte e figurino - pois, como já anunciado anteriormente, na grande maioria dos casos, não há a função de direção de arte ou de alguém que exerça esse papel hierarquicamente dentro da empresa para conceituar a visualidade e acompanhar essas diretrizes com todos os departamentos. A figurinista Luciana Buarque, também entrevistada por Carolina Bassi de Moura em sua tese de doutorado, fala sobre a ausência de alguém desempenhando o papel de diretor de arte como se entende fora da TV Globo na empresa:

É, na televisão não tem diretor de arte. Alguns até assinam... mas, pelo menos com relação ao figurino não tem. Eu é que vou muito atrás. Em geral, chamam de direção de arte porque coordena uma equipe de cenógrafos, mas é muito mais ligada à cenografia e mesmo à produção de arte – porque em televisão é dividido em “cenografia”, “produção de arte” e “figurino”. E são muito estanques os departamentos, não se inter-relacionam cotidianamente. E um diretor de arte lá? ... eu não sei, nunca tive um diretor de arte na televisão. (BUARQUE, 2004; apud MOURA, p.409)

O trabalho do figurinista deveria ser feito em conjunto com o da cenografia e da produção de arte, pois a personagem precisa dialogar com o espaço em que está inserido, ou seja, o cenário e os objetos de cena precisam estar em sintonia com as roupas que veste, o acessório que coloca, o corte de cabelo e a maquiagem adotada. Sobre a importância do figurino na visualidade de uma obra, Jacob comenta que: "o figurino altera também a percepção do espaço. Conforme forem vestidos os personagens captamos o lugar de uma outra maneira e associaremos a ele diferentes conteúdos" (JACOB, 2013, p 560).

Na ausência de um profissional que faça a direção de arte, cabe aos próprios cenógrafos, figurinistas e produtores de arte buscarem informações entre os pares e discutirem os conceitos para que o que for produzido esteja em harmonia. Quando a comunicação entre esses departamentos não se estabelece por alguma razão, ou existem desacordos e conflitos, o diretor artístico ou diretor de núcleo é consultado para assumir a palavra final. O figurinista deve se comunicar com os diversos setores que serão responsáveis pela realização do figurino, passar suas ideias, seus desenhos, projetos, fazer a “encomenda”, acompanhar a evolução do

processo de trabalho para coordenar as entregas para proporcionar unidade visual da personagem.

O figurinista muitas vezes participa da definição da paleta de cores de cenários no caso da personagem ser muito expressiva e importante para o programa. No caso da dramaturgia diária de uma novela, que é também uma obra aberta, é difícil estabelecer uma paleta determinante para uma personagem porque muitas vezes ele vai frequentar diversos núcleos com cenários diferentes, sendo impossível mapear logo no início todos os encontros e desencontros das personagens. O fato de numa novela ser uma obra aberta de grande duração sujeita a opinião pública e ao retorno comercial faz com que alguns conceitos sejam tratados como diretrizes que precisam ser perseguidos diariamente, mas que também possam ser flexíveis e facilmente alterados caso se faça necessário.

Diferentemente de um filme ou de uma peça de teatro, a novela mantém o suspense pelos seus acontecimentos até o último capítulo. Nem atores nem diretores sabem exatamente o que vai acontecer – algumas vezes, encurralados pelo Ibope, nem mesmo os autores sabem. A consequência disso é a sensação de ter entrado num rodaminho, tamanha a correria. Muitas vezes recebo um capítulo num dia e vejo que preciso vestir uma situação dramática para o dia seguinte. Isso, é claro, quando um personagem novo não surge de um dia para o outro... é exatamente pela imprevisibilidade das gravações que, depois de aprovadas as propostas de figurino, apenas parte das roupas é comprada. Cada personagem ganha um enxoval básico, o suficiente para uns dois meses de gravação. (CARNEIRO, 2003, p. 79)

A equipe do figurino é composta pelo figurinista titular e figurinistas assistentes, assim como na equipe de produção de arte, existe o trabalho da base que olha para o futuro e o trabalho do *set* de gravação e camarim que está ancorada no presente. Este departamento deve ao mesmo tempo acompanhar as trocas de figurino no camarim e acompanhar o *set* de gravação para possíveis acertos no figurino que sempre são necessários. Os camareiros, costureiros, bordadeiros, aderecistas, chapeleiros, feitistas, almoxarifes, etc, profissionais que servem a equipe do figurino estão alocadas no departamento da divisão industrial apesar de responderem ao figurinista.

FIGURINISTA: A partir da sinopse e das reuniões de simulação, o figurinista cria os figurinos e a caracterização dos personagens. Elabora os devidos orçamentos e zela por seu cumprimento. Cria ou adapta os trajes e acessórios usados por atores e figurantes, seleciona os tecidos e outros materiais a serem utilizados na confecção das peças e da caracterização, acompanha a execução dos modelos idealizados bem como da maquiagem e do penteado. Orienta os assistentes, maquiador e cabeleireiro no desenvolvimento da novela. Quando necessário, acompanha as gravações para garantir a qualidade final do figurino e da caracterização dos personagens.

CAMAREIRO: ajuda os atores e outros participantes no uso da roupa. Encarrega-se da conservação das peças de vestuário utilizadas no espetáculo, providenciando limpeza e reparos, etc. auxilia os atores e figurantes a vestir as indumentárias cênicas, organiza o guarda-roupa e a embalagem dos figurinos em caso de viagem.

COSTUREIRA: confecciona trajes específicos para as novelas, a partir das ideias concebidas pelo figurinista ou pelo cenógrafo. (ALENCAR, 2001. P.85)

A caracterização das personagens na televisão está intimamente relacionado a criação do figurino, são portanto departamentos que estão em diálogo permanente cuja produção é extremamente simbiótica.

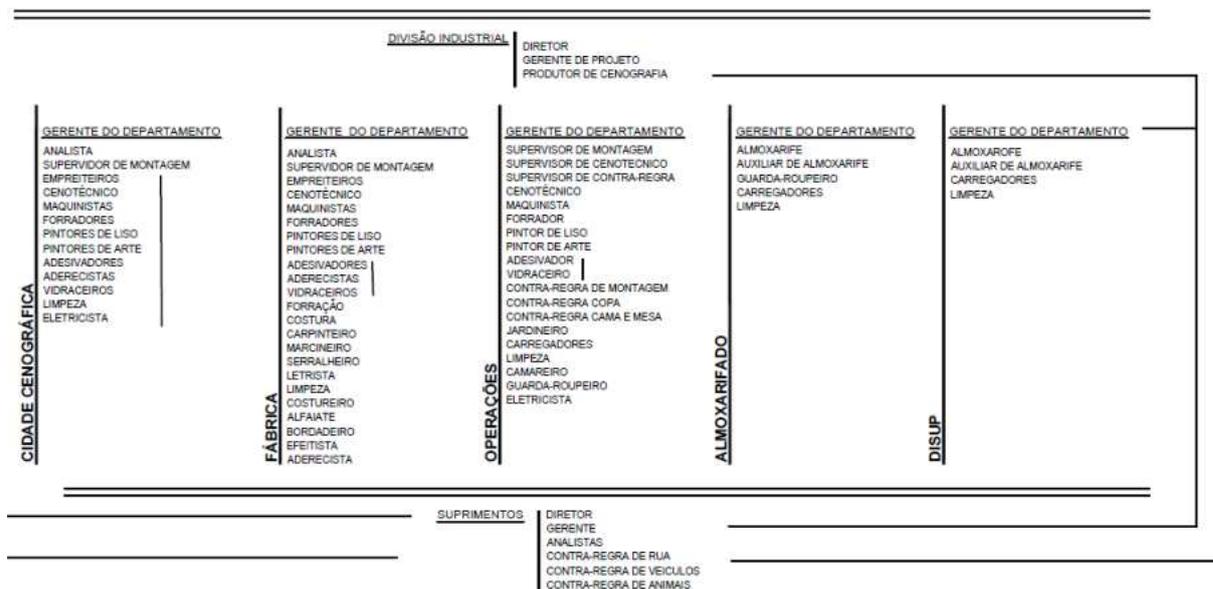
A maquiagem era originalmente necessária porque os rostos dos atores não ficavam bem registrados nas películas cinematográficas antigas. Até hoje, ela tem sido usada de várias maneiras para melhorar a aparência dos atores na tela. Ao longo da história do cinema, uma ampla gama de possibilidades surgiu.(...) Mudar os atores para que se pareçam personagens históricos tem sido uma função comum da maquiagem. Hoje, a maquiagem geralmente tenta passar despercebida, mas também acentua características expressivas do rosto do ator. (BORDWELL, 2013, p. 218)

A equipe de caracterização é composta pelo caracterizador titular e caracterizadores assistentes, assim como os demais departamentos, após a leitura da sinopse também participa das reuniões de leitura e apresenta suas pranchas de referência com fotos e desenhos quando necessário para a aprovação da direção. Este departamento intimamente ligado ao figurino, praticamente não se relaciona com a cenografia e com a produção de arte. Esta equipe precisa se dividir entre camarim e o *set* de gravação. Cabeleireiros e maquiadores também acompanham a gravação e toda a equipe precisa estar em sintonia com o conceito das personagens elaborado pelo caracterizador. Os cabeleireiros, maquiadores que servem a equipe da caracterização estão alocadas no departamento da divisão industrial, inicialmente a equipe era composta por manicures e pedicures, lavadeiras e passadeiras, sendo que estes serviços foram terceirizados nos anos 2000.

MAQUIADOR: maquia os artistas, caracteriza os atores de acordo com os personagens e/ou as situações a serem interpretadas, de acordo com o responsável pela caracterização. Acompanha as gravações para efetuar os retoques necessários nas maquiagens e/ou caracterização de atores. (ALENCAR, 2001. P.85)

CABELEIREIRO: faz o penteado dos artistas, adequando os atores aos personagens, de acordo com as indicações do responsável pela caracterização: tinge, corta, penteia os cabelos ou aplica fios postiços. Visando à continuidade das cenas, mantém os cortes, penteados e tonalidades usadas no tingimento para a caracterização dos atores. Acompanha as gravações para efetuar os retoques necessários nos penteados e/ou caracterizações. (ALENCAR, 2001. P.85)

3.1.6. DIVISÃO INDUSTRIAL



A divisão industrial, DI, que em um determinado período foi chamada de execução da produção, EP, é certamente o maior departamento da Central Globo de Produção, CGP. Ele contempla muitas áreas e está sempre se transformando, modificando cargos e estruturas, criando regras e procedimentos, planilhas e mecanismos de controle, e depois mudando tudo mais uma vez. Trata-se de um departamento que fora do chapéu da criação de ambientes é responsável pela entrega do cenário, ele existe para realizar, concretizar os devaneios, materializar as ideias, está lá para executar, para dar corpos aos projetos da cenografia, produção de arte e figurino. Os departamentos da criação de ambientes são considerados “clientes” da DI, embora este último deva responder hierarquicamente à produção do programa que detém o capital financiador. Evidenciando a especificidade deste modo de funcionamento da TV Globo com relação ao cinema: um departamento que não é coordenado pela arte é responsável pela entrega artística.

Na divisão industrial estão locados os profissionais que atendem aos estúdios, à cidade cenográfica, à fábrica de cenários e figurinos, aos acervos. Existem equipes que participam das construções e os que atendem as operações. Segue abaixo uma listagem com as atribuições dessa gigantesca equipe, sendo que cada função possui seu supervisor direto que responde ao seu gerente, que responde ao seu diretor e que responde à produção do produto:

GERENTE DE PROJETO: é quem coordena todas as operações do produto. Ele está alocado no produto e responde por todos os departamentos da divisão industrial que atendem ao produto. Ele recebe os projetos; envia para as equipes que nele irão trabalhar; verifica e

ajusta o orçamento com os titulares da cenografia, produção de arte e figurino; submete a aprovação do orçamento ao gerente de produção; revisa o projeto dos departamentos artísticos para verificar possíveis problemas de realização, construção, montagem ou operação; propõe ideias e soluções para colaborar com a materialização do projeto. Qualquer problema que aconteça com um cenário, um objeto da produção de arte ou um item do figurino é de sua responsabilidade e precisará responder até mesmo criminalmente se for o caso. Para ocupar este cargo é necessário que o profissional seja arquiteto ou engenheiro para possuir registro no Conselho Regional de Engenharia e Agronomia, CREA, ou no Conselho de Arquitetura e Urbanismo, CAU, para poder se responsabilizar tecnicamente pelo projeto e pela construção.

ANALISTA: é uma peça fundamental no processo pois é a engrenagem que faz tudo circular na fábrica. Ele analisa o projeto enviado pela cenografia, produção de arte ou figurino para orçar com os diversos empreiteiros³⁵ que deverão estar envolvidos na execução de um projeto. Ele também decupa o projeto endereçando cada parte deste para um departamento específico. Por exemplo, num cenário, há a parte da construção das tapadeiras, a parte da construção de uma escada, a parte da construção da grade de ferro, a parte da pintura lisa, a parte da pintura de arte, etc. Cada uma dessas partes precisa ser endereçada a uma mão de obra específica e orçada separadamente com vários parceiros para obter a concorrência e o menor preço. O analista também precisa acompanhar o processo de execução e cobrar da mão de obra que o projeto seja respeitado e bem executado. Os departamentos de criação também acompanham a execução, porém não cobram diretamente dos empreiteiros e da mão de obra, mas cobram do analista que o projeto seja executado corretamente. Para ocupar este cargo é necessário ser arquiteto ou engenheiro.

CENOTÉCNICO: é encarregado por coordenar a montagem do cenário, acompanha as etapas de construção, montagens, acabamento e manutenção de cenários de estúdio, externas e cidades cenográficas, controlando os prazos estabelecidos. Orienta e instrui os executantes durante todas as fases das montagens, inspeciona os cenários, depois de prontos, verificando a concordância com o padrão de qualidade. Auxilia na seleção dos materiais necessários às montagens de cenários. Deve saber ler planta, corte, vistas e detalhamento, ou seja, deve saber ler o projeto do cenógrafo. Deve conhecer as capacidades e potencialidades e restrições dos lugares onde serão montados os cenários, sejam eles estúdio, cidade

³⁵ Um empreiteiro é um termo usado para designar um profissional da construção civil e tem como principal função gerenciar projetos de construção. Ele é responsável por planejar, coordenar e supervisionar as atividades relacionadas à obra, desde a preparação do terreno até a entrega final da edificação. Na TV Globo esse conceito é ampliado e se refere a todo profissional ou empresa terceirizado contratado para a execução de um serviço.

cenográfica, ou locações externas. Deve saber ler o planteamento feito pelo cenógrafo para identificar possíveis problemas de acesso ou obstruções de fuga de incêndio; para verificar e separar as peças dos cenários com antecedência para saber se nada está faltando, ou se existem peças únicas sendo colocadas em dois cenários ao mesmo tempo. É responsável pelo acabamento do cenário, deve avisar o cenógrafo e o gerente de projeto se algo está muito deteriorado a ponto de precisar ser substituído, como pisos, molduras, azulejos, rodapés, peças de cenários, etc. Escala e gerencia a equipe de pintores, maquinistas e forradores, assim como também coordena o trabalho de cada uma dessas áreas para que este aconteça de forma harmônica e sem atropelamentos.

CONTRARREGRA DE MONTAGEM: é responsável por posicionar e movimentar móveis, adereços e cortinas, arrumar cama e posicionar as almofadas, sempre conforme especificação do cenógrafo, ele também instala água, em torneiras e chuveiros. Também é responsável pela remontagem em continuidade dos cenários usando fotos de continuidade tiradas pelo supervisor de contrarregra. O contrarregra é aquele ser mágico que resolve todos os problemas, está na linha da frente da guerra, conta com um carrinho de equipamentos que irá ajudá-lo nas missões mais difíceis: se ele não conseguir resolver, ninguém resolve. É responsável por instalar os objetos mais delicados assim como os mais difíceis, é encarregado de proteger o cenário e seus objetos de quebras e roubos informando a produção de alguma ocorrência sempre que necessário. Cada produto possui sua própria equipe de contrarregras, pois esta atividade também envolve criatividade e conhecimento do conceito do programa.

SUPERVISOR DE CONTRARREGRA: responsável por escalar a equipe de contrarregra também responde pela perfeita execução de tarefas desses profissionais. Precisa verificar cada item do cenário além do material e equipamento de trabalho para providenciar substituição ou reposição caso seja necessário

MAQUINISTAS: montam o *playmobil* das peças para formar o cenário, movimentam tapadeiras, tetos, colunas, arrumam portas e maçanetas de porta. Ficam de plantão no *set* para atender as necessidades da cenografia durante a gravação, como por exemplo movimentar tapadeiras, posicionar painéis fotográficos, desmontar parte de cenários para a melhor colocação da câmera, etc.

SERRALHEIROS: que confeccionam estruturas de ferro e outros metais, por exemplo uma grade de ferro para uma janela ou para uma cela de prisão, uma estrutura de metalon de uma escada que será posteriormente revestida de compensado pelo carpinteiro, um portão de ferro, uma cama de ferro, a estrutura de *metalton* de um mezanino. Geralmente é

uma equipe terceirizada contratada pela TV Globo constituída numa empresa que pode assumir a responsabilidade técnica perante órgão de regulamentação.

PINTORES DE LISO: dão o primeiro acabamento ao cenário, passam a massa, fazem a textura se necessário e depois dão o acabamento da pintura com a cor definida pelo cenógrafo. Fazem pinturas sem acabamentos ou efeitos diferenciados, são responsáveis por manter a continuidade das cores dos cenários depois de possíveis retoques nas remontagens, para tanto possuem um caderninho com tudo anotado, com informações que o próprio cenógrafo não possui, pois muitos itens do cenário é definido no pé da boca de cena no momento da montagem. Também podem pintar móveis se necessário.

PINTORES DE ARTE: seguindo a orientação do cenógrafo ou produtores de arte, fazem pinturas especiais que podem ser desde reproduções de telas, paisagens, retratos e natureza morta, como a reprodução de texturas e materiais como por exemplo: madeira, mármore e granito. Fazem envelhecimentos variados, como paredes descascadas, bolor, musgo, umidade, manchas etc.

LETRISTAS: fazem a pintura de arte de letras e letreiros em pequena ou grande escala de acordo com a orientação do cenógrafo seguindo ou não um modelo de arte feito pelo designer do programa.

LUSTRADORES: fazem retoque na pintura e lustro de móveis.

ADERECISTAS: fazem a reprodução ou a confecção de objetos que não podem ser comprados facilmente, seja porque é uma invenção ou porque é de uma época diferente da atual. Seguindo a orientação do cenógrafo e/ou produtor de arte e/ou figurinista, montam, transformam ou duplicam objetos cenográficos e de indumentária, utilizando-se de técnicas artesanais

FORRADORES: trabalham com revestimentos de parede e piso, podem colocar desde piso vinílico, carpete, papel de parede, tecido nas paredes, fazer drapeados e cortinados com tecidos, panejamentos de tetos, ou tudo o que precise usar acabamentos diferentes de pinturas. Seus equipamentos de trabalho são a cola spray, fita dupla-face, tesoura e grampo.

ADESIVADORES: com a técnica das gráficas e plotagens, os adesivadores começaram a fazer parte da equipe aplicando as plotagens adesivas em móveis, paredes, portas, vidros, letreiros, geladeiras, veículos, etc.

FORRADORES E COSTUREIROS: sob demanda do cenógrafo fazem o trabalho de estofadores forrando sofás, poltronas, cadeiras, cabeceiras de cama, etc. Confeccionam cortinas sob medida, colchas e almofadas, dossel de cama, etc...

CARPINTEIROS: constroem peças em madeira do cenário, móveis e objetos conforme projeto do cenógrafo. Se for necessário também constroem carruagens, barcos, vagões de trem, e tudo o que a imaginação permitir e o texto solicitar.

ALMOXARIFES: são responsáveis por dar entrada e saída de todos os materiais, desde peças cenográficas, como tapadeiras, escadas, elevadores, passando por móveis, objetos e chegando até mesmo no cigarro ou no comprimido que o ator vai tomar em cena. Eles são responsáveis pela armazenagem de todo o material, separando as continuidades deixando o almoxarifado limpo e organizado para que tudo seja facilmente encontrado e esteja pronto para o uso quando necessário. Na CGP temos vários tipos de almoxarifados cada qual com seu almoxarife. Temos o almoxarifado da cidade cenográfica, de peças cenográficas, de móveis, de objetos, luminárias, de eletrônicos e eletrodomésticos, de quadros e espelhos, de figurino e caracterização, o de cortinas, roupa de cama e mesa, almofadas, etc. Além dos almoxarifados centrais que podem ser acessados por todos os programas, cada produto tem seus próprios almoxarifados e almoxarifes também assim distribuídos. É necessário muito espaço e equipe treinada para armazenar e organizar tantos itens das mais diferentes espécies e valores para que possam ser facilmente localizados e utilizados.

CAMA E MESA: possuem as mesmas tarefas que os almoxarifes, porém são responsáveis pelas roupas de cama, toalhas de mesa, cortinas e almofadas.

COPA: mesmas tarefas que os almoxarifes, porém são responsáveis pelos itens de cozinha e sala de jantar. Precisam levar tudo limpo para as gravações para que possam ser usados em cena. Também é responsável por receber, lavar se necessário e armazenar as comidas de cena.

JARDINEIROS: cuidam das plantas em vaso dos cenários de estúdio que ficam armazenadas nos plantários e nas estufas; e dos jardins e plantas em vaso das cidades cenográficas. Na grande maioria das vezes, a equipe que cuida dos jardins das cidades cenográficas é terceirizada, pois a manutenção é contratada junto com o projeto e realização do paisagismo encomendado pela cenografia.

LIMPEZA: É responsável por limpar a sujeira que todos os outros departamentos e equipes fazem antes, durante e após a gravação.

Esse batalhão de profissionais capacitados que constituem as equipes, estão preparados para a batalha de atender a alta demanda de produção feita para atender a uma grade de programação ininterrupta. Carvalho (2014) atribui o surgimento das várias funções à indústria, a qual deseja a alta produtividade:

É justamente para atender a esta demanda industrial que mais pessoas fazem-se necessárias, atuando em mais funções, limitando o diretor a um esquadro reduzido de atuação, forçando-o a simplificar seu processo de criação e sua potência criativa. (CARVALHO, apud MOURA, 2015. p.421)

O processo de trabalho e a divisão de equipes que ocorre no mercado audiovisual fora da TV Globo é muito diferente: a quantidade de colaboradores é menor e a jornada de trabalho é maior; os departamentos artísticos além de criar também são encarregados de todas as etapas da execução. Na prática o cenógrafo além de criar e projetar também faz o orçamento, o quantitativo de material, as compras de insumos, cuida da montagem, desmontagem, da armazenagem, efetua pagamentos, transfere gastos para planilhas, organiza as notas fiscais, recebe e devolve material, gerência transporte, etc. O produtor de objetos faz as pesquisas, participa da conceituação com o diretor de arte, pesquisa em lojas e acervos, solicita orçamentos, efetua os pagamentos das compras e aluguel, transfere os gastos para planilhas, organiza as notas fiscais, recebe e devolve o material, gerencia o transporte, organiza o acervo, etc. Esse processo só se torna possível quando se trata de obras de audiovisual fechadas, de poucos episódios ou mesmo de um longa-metragem, e principalmente quando a data de exibição não está marcada para o dia seguinte e pode ser negociada. pois estes fatores somados tomam um tempo enorme desses profissionais reduzindo o tempo de criação.

3.1.7. SUPRIMENTOS

SUPRIMENTOS

DIRETOR
GERENTE
ANALISTAS
CONTRA-REGRA DE RUA
CONTRA-REGRA DE VEICULOS
CONTRA-REGRA DE ANIMAIS

A equipe de suprimentos é a responsável por efetuar as compras e/ou aluguel do material que foi solicitado, desde a procura e pesquisa de orçamento, passando pelo pagamento, transporte e retirada até a entrega no almoxarifado. Também insere os gastos numa planilha de controle de gastos integrada a um sistema ligado ao orçamento geral do

programa. Assim que o dinheiro sai da conta, ele vai pelo sistema da planilha até o financeiro que controla os gastos.

Temos três macro equipes de suprimentos que atendem o departamento da arte: o departamento de suprimentos que atende direto a divisão industrial; o departamento de suprimentos que atende direto o departamento da cidade cenográfica; o departamento de suprimentos que atende diretamente a produção. Neste último estão as equipes de suprimentos que atendem diretamente às equipes de cenografia, produção de arte, figurino e caracterização.

Nessa equipe que atende diretamente a produção estão os supervisores de contrarregra de rua que recebem os pedidos da produção, cenografia, produção de arte, figurino e caracterização. Desses pedidos, alguns precisarão de contrato, de orçamento, cotação, concorrência, pesquisa de fornecedor e outros poderão ser encaminhados diretamente para os contrarregras de rua que vão até os lugares para comprar e/ou alugar, retirar e efetuar o pagamento do material solicitado. Na grande maioria o cenógrafo não anda com cartão corporativo e não efetua pagamentos, a não ser em casos de viagens em que o contrarregra de rua não acompanhe a equipe.

As equipes do departamento de criação de ambientes determinam o que precisa ser comprado e/ou alugado e encaminham uma solicitação que deve conter os dados e a quantidade do produto, o nome do programa, o dia da gravação junto com uma foto de referência ou uma foto que tirou presencialmente em suas pesquisas de campo. O processo de solicitação tem mudado no decorrer do tempo de acordo com as novas tecnologias disponíveis, mas apesar dessas alterações das formas de operar - antigamente era um pedido escrito, depois passou por um pedido por email e agora é por meio de um aplicativo - não muda o processo, somente a interface.

Essa fragmentação por vezes dificulta o processo, uma vez fiz uma visita a uma loja de tecido, no dia seguinte fiz a solicitação, o contrarregra de rua não encontrou a loja e informou que o tecido tinha acabado. No dia seguinte fui à loja e lá estava o tecido, neste caso, se o cenógrafo pudesse andar com dinheiro já poderia ter efetuado a compra e não terceirizado o trabalho para uma outra pessoa gastar tempo e combustível retornando a loja duas vezes.

O departamento de suprimentos também é responsável por comprar os insumos para a construção dos cenários e também por providenciar toda a lista de equipamentos necessários para a construção dos mesmos, ou seja, o suprimentos compra sarrafo, compensado, prego,

parafuso, martelo, serra, serrote, papel, lona, piso vinílico, isopor, tecidos, tinta, pincel, rolo, cola, fita, etc. Este material é armazenado em um almoxarifado central com insumos que é gerenciado pelo departamento de suprimentos que é a Divisão de Suprimentos e Patrimônio, DISUP. Desta forma, se numa urgência for necessário 4 sarrafos e 2 chapas de compensado, um galão de tinta e 4 pincéis, não será necessário ir até uma loja e poderá ser resolvido dentro do próprio PROJAC.

Este departamento colabora para cotar cenários com empreiteiros junto com o analista, podemos citar como exemplo a licitação para a construção de um circo, de uma escada, de um projeto paisagístico. Também atua na licitação para o aluguel de equipamentos médicos e até mesmo da mão de obra de uma assessoria médica, jurídica, ou outra que seja necessária para o programa.

Existe também um departamento de veículos no suprimentos exclusivo para atender as solicitações de veículos de cena como aluguel de carruagem, carro, moto, caminhão, barco, avião, ou iate, etc.

3.1.8. EFEITO ESPECIAL



Esse departamento na TV Globo está ligado à produção, mesmo quando a demanda está em texto e os departamentos artísticos acusam que é necessário acionar o efeito para atender um determinado caso específico, ele precisa ser aprovado e solicitado pela produção. Numa explosão de carro descrita em texto, por exemplo, o feito especial trabalha em conjunto com a produção de arte, pois o carro é solicitado por este departamento, mas o conceito do

que precisará ser feito é determinado em reuniões com a direção e a solicitação vem através da produção. É encarregado de fazer chover, de fazer nevar, de fazer movimentos que envolvam a segurança dos atores como o balanço de um barco, a elevação de um cenário, a movimentação de uma tapadeira, o giro de um queijo³⁶, etc. Responsáveis por fazer fogo, no caso do incêndio de um cenário, eles trabalham em conjunto com a cenografia, mas o conceito do que deverá ser queimado, a localização das chamas, a quantidade de material a ser usado, também é definido pela direção e solicitado pela produção. Neste sentido, a participação do departamento de artes no mercado audiovisual fora da TV Globo é maior do que dentro da empresa. Devido aos casos de incêndios recorrentes em cenários de estúdio, até mesmo acender velas, lamparinas, tochas, fogões e lareiras ficou sendo de responsabilidade do departamento de efeito especial e sempre com a presença da brigada de incêndio, o fogo precisa ser controlável e a brigada precisa estar a disposição para possíveis acidentes.

3.1.9. ENGENHARIA

TÉCNICA/ENGENHARIA	PRODUÇÃO DE ENGENHARIA
	DIRETOR DE ILUMINAÇÃO
	ILUMINADOR
	AUXILIAR DE ILUMINAÇÃO
	ELETRICISTA
	OPERADOR DE CAMERA
	ASSISTENTE DE CAMERA
	AUDIO
	ASSISTENTE DE AUDIO
	BOOM

Este departamento é considerado pela empresa como um dos mais importantes, segundo Alencar, (2001) fornece o suporte técnico necessário para aproximar as áreas artísticas, técnicas e de produção. Encarrega-se do setor de equipamentos (câmeras, luz e áudio) e precisa estar atualizado com a tecnologia para propor soluções que viabilizem as cenas tanto no âmbito artístico quanto no econômico. Estão locados neste departamento uma

³⁶ Queijo é o termo técnico usado em cenografia para designar um praticável circular que pode ser giratório ou não.

infinidade de supervisores e profissionais ligados diretamente ao *set* de gravação. Trato aqui dos que influenciam direta ou indiretamente no trabalho do departamento de arte da TV Globo.

O diretor de iluminação e o iluminador trabalham diretamente com o diretor de fotografia. Este último transita entre o departamento de criação de ambientes e o departamento de engenharia de acordo com a direção do momento.

Ele é responsável por coordenar e executar a iluminação do programa, no sentido de possibilitar a captação da linguagem visual proposta analisada com a direção de fotografia e a artística. Elabora o plano de iluminação e opera o sistema de comando de iluminação, de acordo com as nuances de horário, harmonia cromática com os cenários e as roupas, bem como com o conteúdo dramático das cenas. É grande a responsabilidade desse profissional, já que a iluminação influi diretamente na qualidade técnica e artística da imagem. (ALENCAR, 2001. p.86)

Existem dois tipos de eletricitistas, aqueles responsáveis pela guarda, manutenção e instalação adequada do equipamento elétrico e de iluminação do programa, como refletores, tripés, etc., cujo trabalho é feito de acordo com as indicações do diretor de fotografia; e os eletricitistas encarregados de ligar todos os pontos de luz do cenário. Para este último, o cenógrafo precisa fazer um projeto de iluminação dos cenários para que o material (fios, cabos, tomadas, lâmpadas, etc.) para energizar a quantidade correta de pontos de luz seja quantificado e orçado de forma correta. Esse projeto é debatido com o diretor de fotografia e encaminhado pelo analista ao gerente da elétrica que por sua vez distribui e supervisiona as tarefas de seus analistas e eletricitistas.

Podemos citar também o operador de vídeo responsável pela qualidade técnica e opera equipamentos de gravação e reprodução de vídeo e áudio, utilizando padrões técnicos para gravação, reprodução, cópias, edição, sonorização, transmissão e exibição.

Na equipe de áudio composta por diversos e diferentes profissionais existem pontos de interferências importantes na concepção de um cenário, pois determinados revestimentos podem provocar reverberação de som ou uma locação específica vai demandar o uso de algum tipo de material para colaborar na qualidade da captação do som. Na grande maioria das vezes a equipe do som é inimiga dos espelhos e vidros que provocam reflexos, pois eles dificultam o trabalho do microfonista que segura o boom que sempre aparece para a câmera através deles em algum momento, assim como o microfone colocado diretamente no ator participa ativamente do figurino e quase sempre no mal sentido, pois o tecido pode provocar ruídos indesejáveis com a movimentação do ator ou o microfone pode ocupar um volume indesejado no corpo do ator.

3.1.10. PÓS PRODUÇÃO



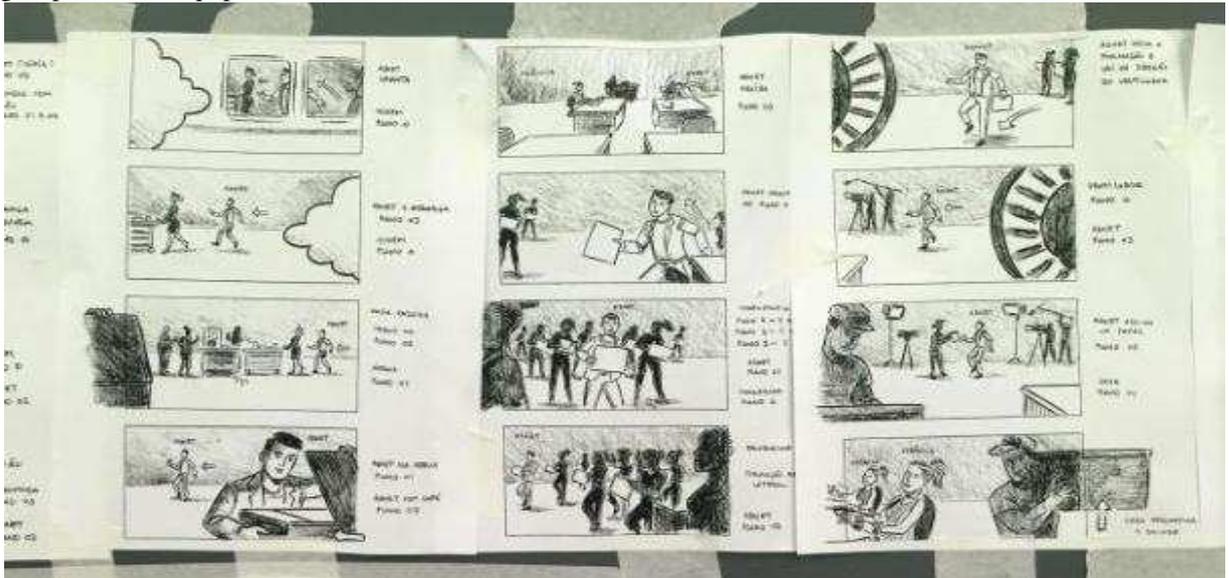
3.1.10.1.EFEITOS VISUAIS

Esse departamento é conhecido mundialmente como aquele responsável por resolver tudo o que não pôde ser resolvido pelos outros departamentos até o momento da gravação: apagar cabos, apagar rugas, apagar defeitos de acabamento nas paredes, etc. Embora pareçam problemas simples de serem resolvidos, demandam tempo de pós-produção que está cada vez mais caro. Na TV Globo esse departamento é um grande parceiro da cenografia, pois é responsável pelos cenários virtuais, pela inclusão de imagens em painéis de *chroma*, por aumentar o fogo em casos de incêndios e aumentar a água no caso de simular enchentes e maremotos. Em dois programas que fui responsável pela cenografia, *A Fórmula* (2017) e *Tá no Ar* (2015-2019), o efeito visual teve participação importante na realização de cenários virtuais e cenas que demandaram acontecimentos espetaculares fora das possibilidades que a realidade oferece.

Trago o exemplo de um do clipe do programa *Tá no Ar: a Tv na Tv* (2017) que foi feito todo nos estúdios de efeitos visuais em *chroma* verde. O clipe da temporada 4 episódio 10 deveria parecer um plano sequência infinito onde a personagem principal percorria diferentes cenários para ilustrar as diferentes situações da música. Inicialmente foi feito um storyboard de todas as cenas, depois gravado para ser finalizado pela equipe de pós-produção.

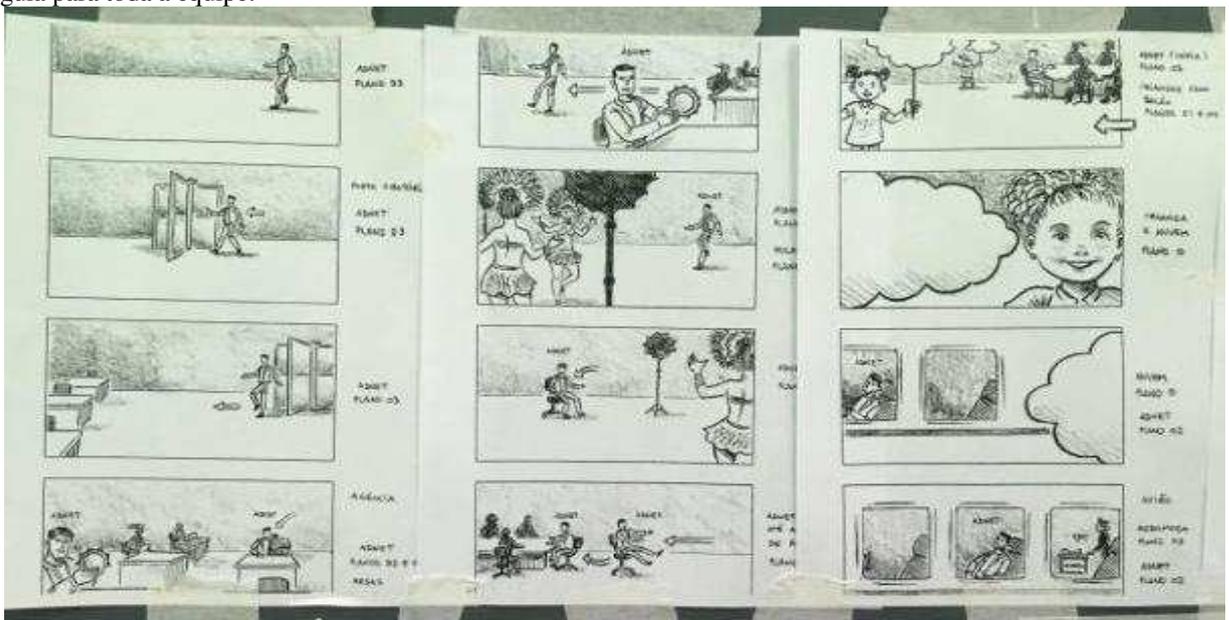
O storyboard servia de guia para o trabalho de todos os departamentos. Para a cenografia foi fundamental para facilitar a montagem dos diferentes *sets* e para agilizar a mutação. Servia de guia para os operadores de câmera para saberem o que iriam fazer, e principalmente ajudou a direção que precisava cumprir todas as cenas do clipe em uma diária de gravação.

Imagem 62 - foto do storyboard feito pelo ilustrador Renato Lima colado na parede do estúdio para servir de guia para toda a equipe.



Fonte: foto da própria autora

Imagem 63 - foto do storyboard feito pelo ilustrador Renato Lima colado na parede do estúdio para servir de guia para toda a equipe:



Fonte: foto da própria autora

Todos os cenários do clipe eram montados pela equipe de cenografia em frente a um *chroma verde*, o que permitiu a multiplicação dos elementos do *dressing* e a impressão de que os múltiplos ambientes eram contíguos. Uma câmera colocada em um carrinho num trilho, repetia o mesmo movimento em cada *set* diferente para dar a impressão do plano sequência.

Imagem 64 - *set* de gravação sendo preparado com o ator em cena ensaiando



Fonte: foto da própria autora

Imagem 65 - *set* de gravação sendo preparado pela equipe.



Fonte: foto da própria autora.

Imagem 66: Imagem do clipe do programa *Tá no Ar. A TV na TV* (2017). Episódio 10 da temporada 4:



Fonte: print screen do programa *Tá no Ar. A TV na TV* (2017) feito na plataforma da Globoplay.

Imagem 67: Imagem do clipe do programa *Tá no Ar. A TV na TV* (2017). Episódio 10 da temporada 4:



Fonte: print screen do programa *Tá no Ar. A TV na TV* (2017) feito na plataforma da Globoplay.

Imagem 68: Imagem do clipe do programa *Tá no Ar. A TV na TV* (2017). Episódio 10 da temporada 4:



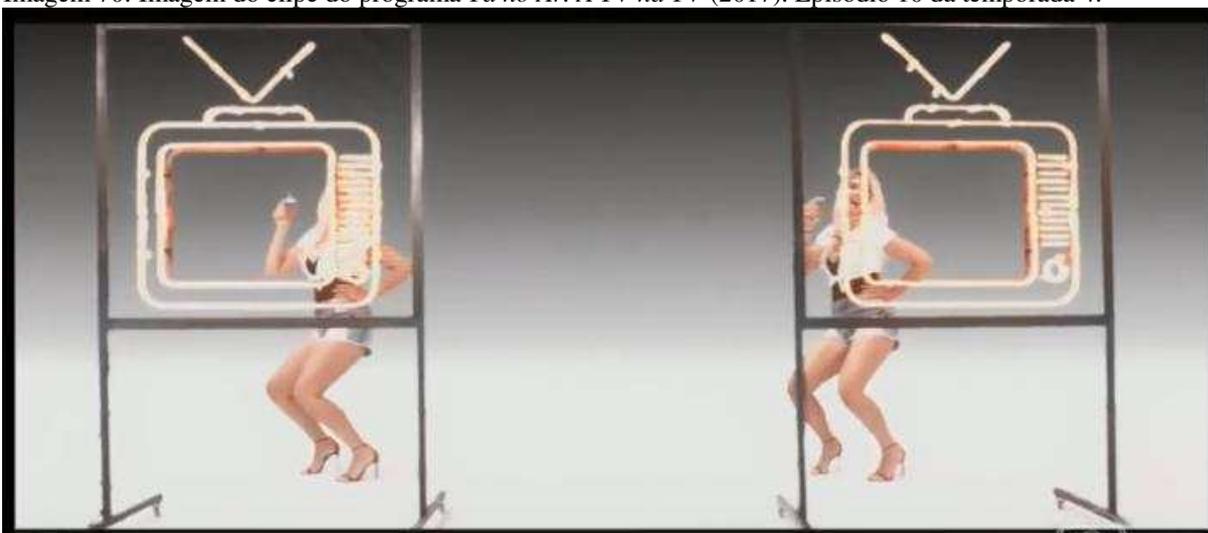
Fonte: print screen do programa *Tá no Ar. A TV na TV* (2017) feito na plataforma da Globoplay.

Imagem 69: Imagem do clipe do programa *Tá no Ar. A TV na TV* (2017). Episódio 10 da temporada 4:



Fonte: print screen do programa *Tá no Ar. A TV na TV* (2017) feito na plataforma da Globoplay.

Imagem 70: Imagem do clipe do programa *Tá no Ar. A TV na TV* (2017). Episódio 10 da temporada 4:



Fonte: print screen do programa *Tá no Ar. A TV na TV* (2017) feito na plataforma da Globoplay.

3.1.10.2.EDIÇÃO

Neste departamento podemos falar brevemente dos editores de áudio e vídeo que são encarregados de colocar em sequência os diversos segmentos feitos durante a gravação ou não. São equivalentes aos montadores do cinema: assistem o material bruto e colam os pedaços de cena em conjunto com a direção do programa, inserindo ruídos de fundo, ruídos de ambiente, sons de fora e de dentro do campo visual, músicas e vinhetas, previamente definidas na trilha sonora, nas cenas ou textos, para enriquecer o áudio de acordo com o texto ou inserindo efeitos visuais, ritmo, rupturas de narrativa, suspense, etc.

3.2. DO RECEBIMENTO DA SINOPSE ATÉ O FOI CENA

A linha de montagem circular.

Para pensar o processo de criação de um programa de televisão produzido e exibido no canal aberto da TV Globo, é imprescindível refletir sobre o modo de produção industrial onde conciliar as demandas criativas torna-se o maior desafio dos profissionais que lá trabalham.

Cecília de Almeida Salles, em seu livro *Redes De Criação* defende que pensar em criação como processo, já implica em incluir como premissa o movimento em um tempo contínuo e permanente com rumos vagos. Para a autora, o criador enfrenta um processo que não permite previsão e predição, opera no universo da incerteza, da mutabilidade, da imprecisão e do inacabamento. A adequação da criação - um sistema aberto a interações, a troca de informações com seu meio, a relações entre espaço e tempo social e individual - à linha de montagem industrial - onde cada etapa de trabalho é realizada por diferentes profissionais responsáveis individualmente por cada entrega que precisa ser quantificada e qualificada - é sujeita a forças antagônicas porém necessárias.

Como profissional do audiovisual penso que o trabalho da criação se dá no espaço do talvez, em meio a inúmeras imposições, recusas e aceitações, que envolvem muitas escolhas. A criação não é fruto de uma ideia pura localizada nos momentos iniciais do processo, mas está espalhada num percurso repleto de interferências. Esse sistema pressupõe incerteza, multiplicidade de interações e tensão entre tendências e acasos. Existe, portanto, um lapso repleto de dúvidas e acasos entre a ideia inicial e o resultado final.

Neste ambiente de vagueza e incerteza, o profissional criador ao longo do processo, passa a se aproximar do que será a obra. Muitos nomeiam esses comandos como algo fora do controle, a obra parece ser mais forte e ter vida própria. A absorção do acaso, a recepção do inesperado, e a transformação da ideia inicial dependem da capacidade adaptativa do agente criador, do seu repertório e da sua experiência. Este processo dialógico e aparentemente caótico traz a pergunta sobre como sustentar o espaço para a criação tendo que produzir cumprindo metas e prazos frente às encomendas. Como uma atividade interpretativa, relacional, de natureza dialógica e imprevisível pode ser metrificada, quantificada, planilhada, submetida e controlada para ser colocada numa linha de montagem onde vários autores participam criativamente da feitura do produto final.

Do mesmo modo, é preciso colocar em questão como a criação ocorre em resposta a uma encomenda e não a uma demanda individual de quem cria. O texto é o que traz a encomenda a todos os profissionais envolvidos com a criação de um produto audiovisual na TV Globo, e mesmo ele, como já visto anteriormente, sofre suas próprias interferências quando em criação, em produção e em apresentação.

O tempo da criação, portanto, é um labirinto cujo processo industrial deseja transformar num corredor linear e espremido. Se por um lado o tempo da criação é de natureza permanente mesmo ao se defrontar com descontinuidades, os prazos de entrega funcionam como rupturas do processo, pois o ponto final é sempre dado externamente.

A interação da criação com o meio, trás a perspectiva relacional para a obra audiovisual, que possui essencialmente este potencial processual. As artes do espetáculo onde a cenografia encontra seu território, como dança, teatro, música, cinema e também a televisão, são por sua natureza, obras em processos. Elas deixam de ser o que são quando perdem essa mobilidade.

Para refletir sobre as práticas e processos da TV Globo, este capítulo descreve de forma objetiva as etapas de criação e produção de um cenário desde o recebimento da sinopse na fase da preparação até o momento do “foi cena”³⁷. Detalha o processo de criação e execução do cenário na TV Globo e as etapas da linha de montagem, que não é linear, e sim circular, onde as etapas interagem entre si com diversas linhas de forças e intersecções. Descreve cada fase de produção onde diferentes profissionais de diversas áreas contribuem com sua especialidade na construção do conteúdo audiovisual e na criação de um universo visual e sonoro que proporciona a vivência de uma narrativa. Estuda o longo processo trilhado pelas equipes de colaboradores que acontece baseado no texto, refletindo sobre o papel que cabe a todos os profissionais envolvidos tendo em vista o caráter coletivo da obra televisiva, um processo complexo na sua prática, com inúmeras camadas de contribuições artísticas que se entrelaçam.

As etapas de produção de um programa na TV Globo são: a preparação, a pré-produção, a produção, a gravação e continuidade e a desprodução e pós-produção. Essas etapas não se encerram nelas mesmas como demonstro a seguir, mas se misturam, se entrelaçam e se contaminam.

³⁷ Jargão usado para comunicar a toda equipe presente no momento da gravação que uma cena foi executada na sua totalidade.



3.2.1. PREPARAÇÃO ou PRÉ-PRÉ



A linha de montagem se inicia com a leitura do *storyline* pelo diretor de produção, diretor de núcleo ou diretor artístico. Nesta etapa do processo, além de definirem o orçamento geral da obra, o diretor de produção, junto com o diretor de núcleo ou o diretor artístico entram em contato com o diretor do departamento de criação de ambientes para conversarem sobre o projeto e pensarem em uma equipe de criação: cenógrafo, figurinista, produtor de arte,

caracterizador e diretor de fotografia. Muitas vezes o diretor artístico e o diretor de núcleo já pensaram com quais profissionais gostariam de desenvolver tal projeto: pessoas com quem já têm trabalhado há alguns anos ou há alguns projetos e que pretendem continuar trabalhando pois já estabeleceram relação de empatia e sincronicidade de pensamento, ou são pessoas que eles acreditam ter o perfil para desenvolverem um determinado programa. Nas poucas vezes que os diretores de produção e de núcleo ainda não definiram com quem gostariam de trabalhar, pedem sugestão ao diretor do departamento de criação de ambientes. Algumas vezes há uma tensão para definir a escalação da equipe, pois o profissional desejado pode já estar prometido para algum outro produto.

Uma vez definido os titulares do produto, principalmente direção de fotografia, cenografia, figurino e produção de arte, cada um deles começa a pensar e definir a equipe, e a escolha obedece o mesmo critério anterior, tendo que lidar sempre com o orçamento e com a quantidade de profissionais que fora planejada para tal tarefa. Cada um desses titulares também tem sua preferência e negocia com o gestor do departamento de criação de ambientes a sua equipe, que deve ser composta hibridamente por assistentes mais experientes, médios e iniciantes. Dependendo da disponibilidade no momento de formação da equipe, a entrada dos assistentes é escalonada em função da evolução da encomenda e das definições de conceito. Cada dia de trabalho de um titular ou de um assistente representa custo para o produto, e se estes profissionais ainda não possuem tarefas para executar, é despesa que poderia ser evitada e melhor empregada. Por este motivo os assistentes geralmente só entram num projeto após a liberação da sinopse ou dos primeiros capítulos ou episódios.

Em paralelo a essas negociações de equipe, os titulares investigam o universo do texto do autor, fazendo pesquisas de referências, mergulhando em impressões livres que fazem parte do próprio repertório, assistindo filmes indicados pela direção, fazendo viagens de estudo e visitas a campo quando necessário, por exemplo quando a obra se passa em algum lugar específico. A investigação inicial ou preliminar é quase instintiva, pois ao ler o roteiro, uma série de imagens invadem a mente através da narrativa. Essas ideias e observações são registradas e a visão de cada profissional criativo é o início de uma conversa com a direção com o desafio de identificar ideias criativas que atendam às suas expectativas. A cada leitura, os profissionais se alimentam de dados visuais para criar a atmosfera específica para aquele projeto, para que a palavra possa ganhar materialidade e se transformar em visualidade.

A partir dessa extensa pesquisa e de inúmeras reuniões com a direção, nasce o conceito visual do projeto que pode ser concebido individualmente por cada titular ou com a

participação colaborativa da equipe. Na grande maioria das vezes, na ausência da direção de arte, o cenógrafo toma a frente da conceituação visual do programa em conjunto com a direção de núcleo e distribui a informação do que foi definido para as demais equipes, como diretor de fotografia, produtor de arte e figurinista. João Batista Freitas Cardoso em seu livro *Cenário Televisivo, Linguagens Múltiplas e Fragmentadas* afirma que o processo de aproximação do texto pelas equipes de criação, pouco se difere do que ocorre no teatro, o que comprova as origens do trabalho das áreas artísticas na televisão brasileira.

Muitos dos equipamentos, materiais, técnicas, termos e procedimentos no processo de criação e produção do cenário televisivo são originários do teatro. Ainda que existam alguns, poucos desses elementos surgem no ambiente televisivo. Assim como no teatro, até mesmo no processo de concepção e elaboração do projeto, o cenógrafo deve pensar no cenário como uma das linguagens integradas ao espetáculo. (CARDOSO, 2009, p. 72)

Portanto, assim como nas demais artes do espetáculo, na televisão o texto é a matéria prima do cenógrafo, no sentido de substância principal a partir da qual é feita a obra cenográfica. O próprio texto é a verbalização da visualidade do autor, porém a princípio, o que deve interessar ao cenógrafo são as mensagens contidas no texto definidas na leitura da sinopse e/ou dos capítulos, nas reuniões com o diretor e elenco. O cenógrafo tem como missão ultrapassar os limites e encontrar novas formas interessantes de explorar a história, pensar no impacto visual que se deseja para a encenação, refletir em como a imagem pode contribuir para a história. A tarefa da cenografia é contar a história visualmente. A investigação inicial ou preliminar é livre como em qualquer outro campo de atuação do cenógrafo, ao ler o roteiro, uma série de imagens já vem à mente através da narrativa. Essas visões e observações são o início da conversa com a direção, para que seja possível identificar ideias criativas que tenham ressonância e atendam as expectativas.

No processo de criação do cenário, e também na elaboração do projeto de construção, a experiência teatral mostra à cenografia televisiva ser fundamental que, em um primeiro momento, o cenógrafo compreenda a atmosfera que a direção pretende imprimir ao programa. De modo geral, a criação deve iniciar o processo a partir da leitura da sinopse e das informações passadas pela direção sobre o que ela deseja em termos visuais. Para isso, é preciso que o cenógrafo entenda que o mais importante ao projeto não é a qualidade gráfica do desenho que o representa. O cenário deve manter o diálogo direto com o texto. Não é possível conceber um cenário sem a compreensão profunda dos temas propostos pelo autor e da visão crítico-estética da direção. (CARDOSO, 2009, p. 72)

O cenógrafo observa o mundo e recolhe aquilo que o interessa, aquilo que de alguma maneira toca sua sensibilidade, trata-se de um percurso sensível de coleta. Porém o que inspira, as próprias influências, os gostos pessoais, o que considera belo e o que considera

feito, o que gosta, por que escolhe determinados filmes, o gosto pessoal deve ser mantido dentro dos limites de servir a história e de se encaixar dentro da estética do padrão Globo. Aquele padrão que faz com que se reconheça em que canal o aparelho de televisão está sintonizado. Uma determinada leitura de país que se repete e que encontra uma morada, um sentimento de verdade sem que se esteja tratando de realidade.

No momento da definição da atmosfera geral, considerando a diversidade e especificidades dos distintos gêneros televisivos, intervirão fatores como a ação da cena, a dimensão do espaço, o equilíbrio do espaço, as formas, cores e texturas com caráter denotativo e conotativo. Um cenário é harmonioso quando todos os elementos visuais atuam no mesmo sentido, deve considerar as ações e falas dos personagens; deve pensar o cenário a partir de uma função provocatória, tanto no sentido do gesto como na significação de suas falas; deve trabalhar, como sugere Cyro Del Nero, com conflito. (CARDOSO, 2009, p. 73)

O texto é uma fonte constante de referência. Ele determina quando a história acontece, se é histórica, contemporânea ou futurista; ele diz onde a história acontece, em que bairro, cidade, estado, país ou até mesmo planeta; ele diz quem são as pessoas, em qual tipo de sociedade elas vivem, como lutam para sobreviver, quem são no cenário político e social, se são pessoas reais, vivas, mortas, ou imaginárias, se são seres humanos, animais ou extraterrestres; o texto diz sobre o que é a história, o porquê do drama estar acontecendo, se existe um objetivo, uma mensagem, uma moral da história. Se o quando, onde, como, quem não estão definidos no texto, devem ser definidos por meio de reuniões com a direção. É frequente que o texto televisivo não responda a todas essas perguntas quando se trata de personagens ou cenários secundários, ficando muitas vezes sob responsabilidade dos titulares inventarem suas próprias histórias para dar vida aos personagens e seus lugares cênicos.

3.2.2. PRÉ-PRODUÇÃO E CONCEITUAÇÃO



Uma vez que a equipe principal foi escolhida, que cada membro isoladamente fez uma leitura do texto onde, ao ler, foi construindo a visualidade que lhe compete, iniciam-se as reuniões de leitura em conjunto. Nessas reuniões o diretor explana suas ideias, fala sobre suas referências, o que deseja e o que imagina. Dependendo da dinâmica de trabalho, cada titular tem a oportunidade de discorrer sobre suas impressões do texto, mostrar referências, imagens que o texto inspira, para que o conceito seja debatido, discutido e definido. Essa leitura é parte fundamental do trabalho de conceituação visual do programa pela equipe de criação uma vez que não há alguém que desempenhe a função de diretor de arte na grande maioria das vezes. É a oportunidade que cenógrafos, figurinistas, produtores de arte e diretores de fotografia possuem de ouvirem o colega com quem dividirão o trabalho da visualidade e verem por que caminho cada um está enveredando.

Cada tipo de programa possui suas características próprias. Nesta tese trato dos programas do gênero de dramaturgia seriada. Nas novelas que fazem parte do que se chama dramaturgia diária, geralmente as reuniões de conceito se iniciam sem que todos os capítulos estejam escritos e definidos, muitas vezes existe a sinopse e os 4 primeiros ou os 6 primeiros capítulos, para que então os outros sejam enviados ao longo do processo. Por este motivo, neste caso, a sinopse detalhada acaba sendo fundamental para este momento de definições, pois ela além de resumir a história descreve personagens e cenários. Em caso de uma novela das 21hrs, os trabalhos com a equipe iniciam-se quase 6 meses antes da estréia; no caso de

dramaturgia semanal, normalmente se inicia contando semanas como se conta episódios, por exemplo: 6 episódios, 6 semanas de pré-produção, 12 episódios, 12 semanas de pré-produção.

Junto com a direção, produção e com a divisão industrial, o cenógrafo começa pensar na melhor divisão de cenários determinando o que fica na cidade cenográfica, no estúdio, ou em locais fora do PROJAC. Esse desenho de produção feito em conjunto é parte fundamental para calcular os custos e prazos que vão influenciar diretamente o roteiro de gravação. Cito o exemplo de uma personagem secundária da novela *Avenida Brasil* (2012) que ganha algumas linhas na sinopse como é o caso da personagem Diógenes:

DIÓGENES, na faixa dos cinquenta, sisudo, fechadão. Fez dinheiro com uma loja de modas e acessórios femininos. Na sua loja, ele vende, compra e aluga roupas, bolsas e bijuterias. Funciona também como um agiota, emprestando dinheiro para as mulheres ou cobrando juros das mercadorias que vende em até noventa e seis parcelas mensais. Machão empedernido, não admite que seu filho Roniquito seja gay e quer que ele se torne jogador de futebol. Casa de Diógenes: Casa confortável e austera do próspero comerciante. O quarto do filho Roniquito contrasta com o resto da casa. É alegre e rococó. Loja de Diógenes: Uma grande loja que vende roupas e acessórios para mulheres. Um ambiente só.

A partir dessas linhas da sinopse, já foi possível pesquisar e conceituar os dois principais cenários da personagem. A casa que foi feita em estúdio, e a loja que por precisar estar em contato direto com a rua foi construída na cidade cenográfica da novela. Seguem abaixo imagens do cenário, sucessivamente imagem do exterior e do interior:

Imagem 71 - exterior da loja do Diógenes da novela *Avenida Brasil* (2012).



Fonte: print screen da novela *Avenida Brasil* (2012) feita a partir da plataforma da Globoplay.

Imagem 72 - interior da loja do Diógenes da novela *Avenida Brasil* (2012).



Fonte: print screen da novela *Avenida Brasil* (2012) feita a partir da plataforma da Globoplay.

Os titulares de equipe apresentam para a direção pranchas com imagens de referências feitas através de pesquisas iconográficas e a cenografia também apresenta pranchas contendo a planta baixa do estudo preliminar, perspectivas e paleta de cores. As pranchas de conceito são elaboradas como parte inicial da construção da visualidade do programa a partir da pesquisa e coleta de imagens inspiradoras. Elas não possuem detalhes específicos, os subtemas aliados às definições, devem vir num segundo momento. São impressões iniciais, o humor, e as emoções, o tempo/clima, textura, uma cor dominante ou uma gama de cores específicas, formas que prevalecem.

A partir da sinopse o elenco principal é escalado, esta definição é fundamental para todos os departamentos, em especial para o figurino e para a caracterização, porém raramente é compartilhada com a cenografia. Muitas vezes o cenário já está sendo construído quando se é definido ou revelado quem fará tal personagem.

Na dramaturgia semanal, que são as séries e seriados, quando são obras fechadas, a sinopse não se faz tão importante. Pois os próprios capítulos falam por si só. Porém personagens secundários, cuja vida não é muito explorada, podem ficar sem definições e acabam perdendo profundidade pois tendo sinopse não há descrição sobre eles. Posso citar o exemplo da série *A Fórmula* onde foi necessário construir o cenário do apartamento em que Angélica morava nos anos 80. Em nenhum momento no texto dos episódios esse apartamento foi narrado pelo autor, não havia nenhuma linha de didascalia ou rubrica escrita sobre ele,

como então retirar matéria para conceber esse apartamento? Qual o tamanho? Alugado? Qual a classe social? A única coisa que a equipe sabia é que, anos mais tarde, Angélica estaria morando nele com um amigo. Neste caso os departamentos de criação precisaram definir o apartamento, imaginar sua história para que ele ganhasse existência de fato, e uma existência uníssona entre todos os departamentos que fosse além dos clichês. Posso citar como exemplo o clichê do apartamento de estudante: colchão no chão, roupas espalhadas, poucas louças, algumas sujas espalhadas pela casa, poucos móveis, alguns móveis que herdou da casa da avó que foi desmontada, pôster e fotos colados na parede, livros e cadernos espalhados, móveis improvisados com tijolos, caixas e tábuas, etc. Todos os espectadores reconhecem esses itens como um apartamento de estudante.

Uma prancha de referências foi apresentada para a direção do apartamento da Angélica nos anos 80 quanto ela ainda era estudante:

Imagem 73 - prancha de referências feita pela cenografia apresentada para a direção de *A Fórmula* (2017).

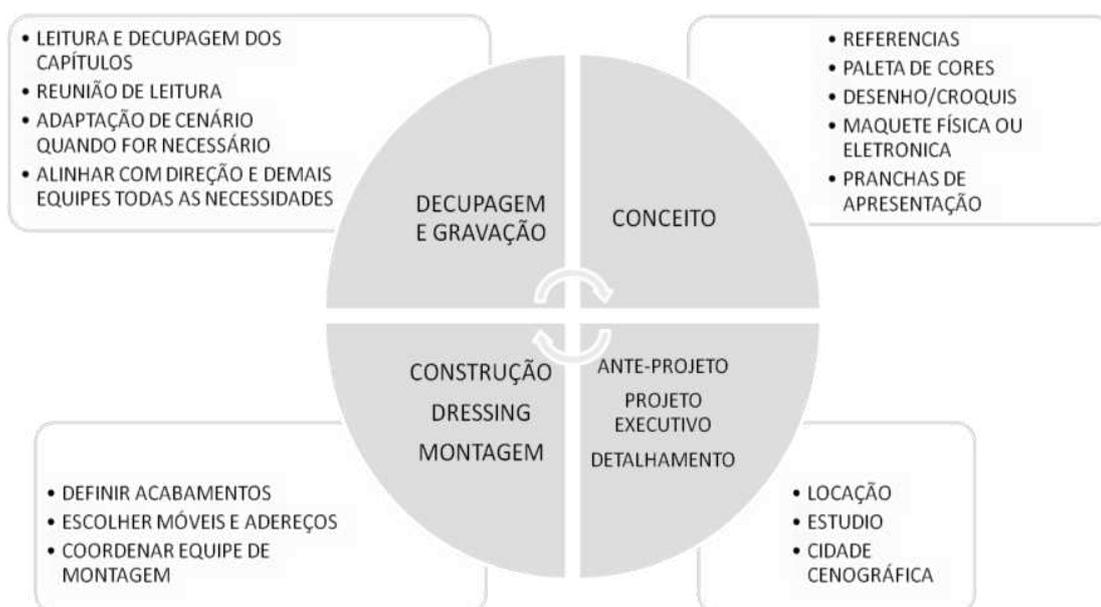


Fonte: acervo da autora.

Nos programas de humor que são feitos de vários esquetes, o conceito pode e deve ser feito a partir das leituras dos capítulos ou episódios. Mesmo que cada cena em separado esteja fazendo parte do universo da dramaturgia, pode existir uma sinopse geral do conceito

do programa e depois os capítulos escritos, pois não há necessariamente a concepção de cada personagem, a não ser que o personagem percorra todos os episódios e tenha uma importância maior para o programa. No programa *Tá No Ar*, as personagens fixas como o Militante Revoltado, Jorge Bevilacqua do esquete *Jardim Urgente*, o bilionário Tony Karlakian, apresentado por Rick Matarazzo no esquete *Balada Vip*, por atravessarem todos os episódios e temporadas, foram pensados com mais profundidade para sobreviverem com frescor e força a toda temporada.

3.2.2.1. O PROCESSO DA CENOGRAFIA.

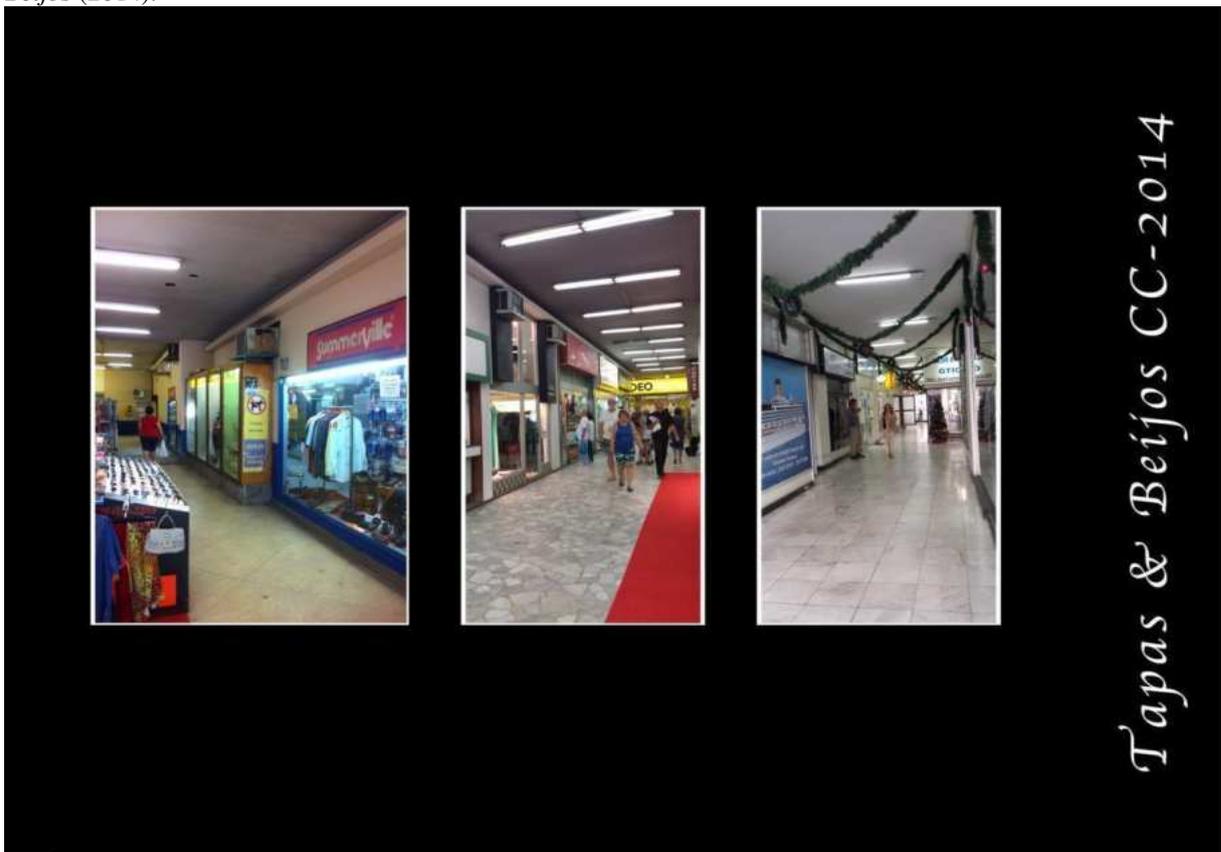


A partir dessas reuniões de leitura com todos os titulares, cada equipe inicia pesquisas de referências mais específicas e direcionadas. No seriado *Tapas e Beijos* (2014), participei como cenógrafa a partir da quarta temporada, fiquei com a missão de ampliar a cidade cenográfica existente e introduzir uma galeria entre os prédios. Como a história se passava em Copacabana, passei dois dias inteiros junto com a cenógrafa assistente do programa percorrendo as ruas do bairro e fotografando lojas, prédios, ruas, equipamentos urbanos, pessoas, ambulantes. No seriado *Chapa Quente* (2015), toda a equipe artística foi trocada para a realização da segunda temporada, o primeiro encontro com a direção se deu numa visita ao bairro de São Gonçalo na região metropolitana do Rio de Janeiro que era retratado em uma cidade cenográfica que foi reformada. A experiência do *flâneur*, de

perambular aparentemente sem compromisso, sem objetivo aparente, porém secretamente atento à história dos lugares, de estar com o corpo e todos os seus sentidos interagindo com o objeto de análise, foi fundamental em ambos os casos para o enriquecimento da experiência estética e para o sucesso da empreitada.

Inúmeras pranchas de referências foram apresentadas para a direção de galerias em Copacabana para o seriado *Tapas e Beijos* (2014) com o objetivo de discutir o conceito:

Imagem 74: prancha de pesquisa de campo de galeria em Copacabana apresentada para a direção de *Tapas e Beijos* (2014).



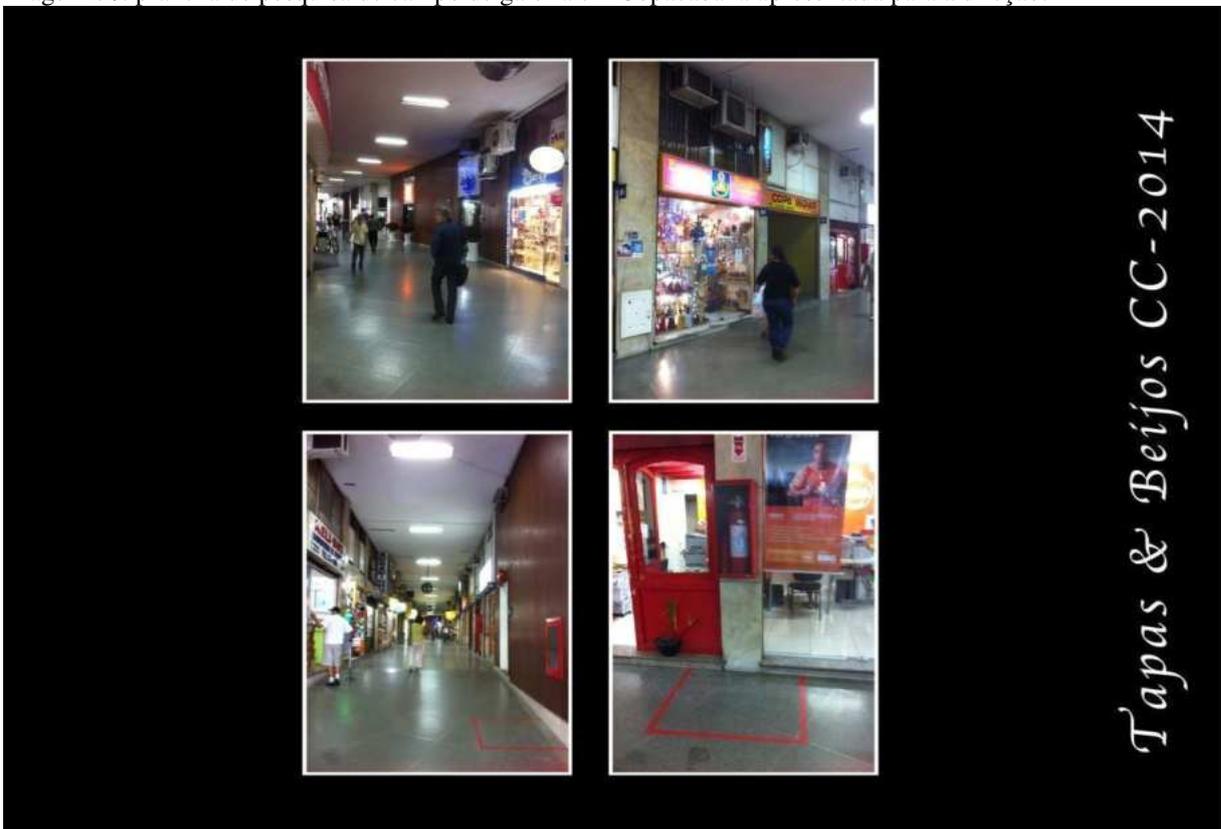
Fonte: acervo da autora.

Imagem 75: prancha de pesquisa de campo de galeria em Copacabana apresentada para a direção.



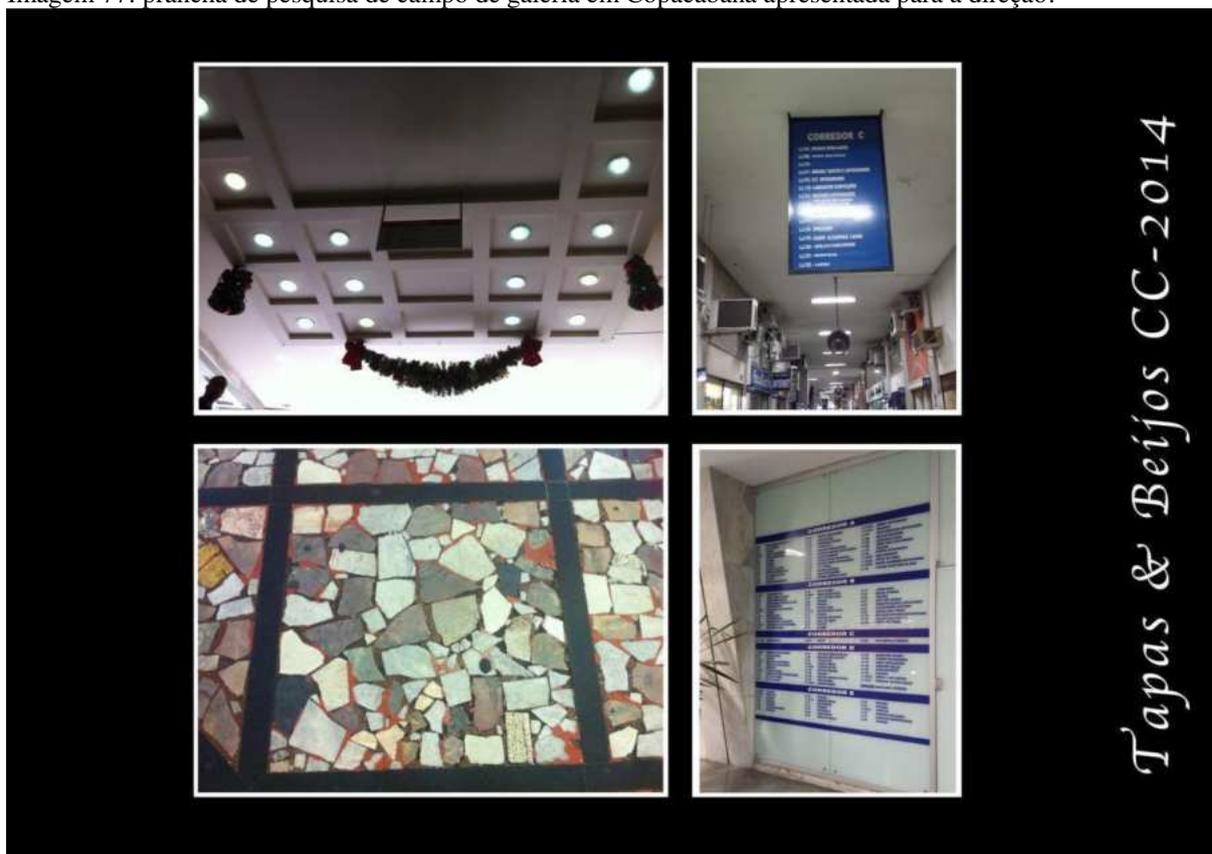
Fonte: acervo da autora.

Imagem 76: prancha de pesquisa de campo de galeria em Copacabana apresentada para a direção.



Fonte: acervo da autora.

Imagem 77: prancha de pesquisa de campo de galeria em Copacabana apresentada para a direção.



Fonte: acervo da autora.

Após alimentar-se de referências para aumentar o repertório sobre o assunto a ser tratado no texto, o cenógrafo titular inicia uma das etapas mais importantes de esboçar através do desenho cada cenário, o arruamento da cidade cenográfica, as interferências nas locações já escolhidas. O desenho - que pode ser um rabisco, um croquis, no computador, no papel manteiga, um estudo ainda sem divisões de peças ou com um projeto mais detalhado - desempenha um papel de extrema relevância pois são anotações visuais que fazem parte integrante do dialogismo interno, os desenhos de criação agem como um dos instrumentos mais poderosos desse tipo de comunicação onde o pensamento ganha materialidade. O desenho é uma reflexão visual, ele guarda conexões e organiza as ideias, hierarquiza, subordina, coordena, desloca, ganha visualidade, dá concretude a imaginação em processo de desenvolvimento. A relação entre o que se tem e o que se quer tornar-se uma série de esboços que mais adiante ganharão tridimensionalidade, cor, textura e posteriormente visualidade.

O esboço do cenógrafo começa a ganhar materialidade quando, em conjunto com os cenógrafos assistentes mais experientes, inicia-se aquilo que se chama “abertura de planta”: a partir do *croquis* inicial do cenógrafo, coloca-se o desenho numa planta em escala e o cenário é decupado em elementos básicos de cenografia tais como tapadeira, coluna, painéis,

praticáveis, etc., conforme as especificações técnicas necessárias. A partir dessa planta baixa, das referências já pesquisadas e do que se chama em arquitetura de estudo preliminar do cenário, pode ser feito uma maquete eletrônica ou uma perspectiva à mão livre, pode ser confeccionada uma maquete física no caso de cidade cenográfica por exemplo. Os meios de expressão da ideia podem ser extremamente específicos e realistas ou somente para dar visualidade para a atmosfera geral. Várias técnicas de apresentação são empregadas para que, a partir das referências escolhidas, da planta baixa, da perspectiva, e da maquete física, da paleta de cores empregada, sejam elaboradas pranchas de apresentação para mostrar a ideia do projeto de cada cenário para a direção artística e para a direção geral. Sendo aprovadas, o projeto do cenário poderá ser desenvolvido e as pranchas de apresentação poderão ser compartilhadas com toda a equipe.

Nesta etapa inicial de pré-produção são feitas visitas à locação, pois muitos cenários de estúdio dependem da locação para se definirem com relação à tipologia arquitetônica, porta de entrada e janelas exteriores, etc., para que haja continuidade de uma cena de exterior para uma cena de interior, afinal devem parecer pertencentes a um mesmo lugar cênico. Essa etapa de trabalho de visitas às locações é extremamente importante para a discussão de conceito junto à direção, pois dependendo da locação disponível e escolhida, este pode ser alterado drasticamente. O cenário de estúdio do laboratório da série *A Fórmula* só começou a ser desenhado após a escolha da locação, pois como haviam muitos ambientes que lá seriam gravados e que trariam um impacto enorme na visualidade da série, o que fosse ser construído no estúdio deveria parecer estar no cenário da externa, de maneira a ser impossível para o espectador reconhecer o que foi feito dentro do estúdio e na externa. No cenário da casa da família Boulhosa do seriado *Filhos da Pátria 2*, a locação também precisou ser definida antes da definição do cenário do estúdio, pois haviam muitas cenas escritas que aconteciam nos dois lugares simultaneamente e com link direto, portanto a janela que a personagem se dirigia no interior da casa precisava ser a mesma janela que ela aparecia pelo lado de fora da casa. E sendo um programa que se passava nos anos 30, foram feitas inúmeras adaptações no cenário da externa para que ela não denunciasse a contemporaneidade.

Imagem 78 - foto da personagem indo até a janela da casa que ficava numa locação fora do PROJAC na série *Filhos da Pátria 2* (2019).



Fonte: print screen da série *Filhos da Pátria 2* (2019) feito na plataforma Globoplay.

Imagem 79 - foto da personagem indo até a janela da casa que ficava no estúdio dentro do PROJAC na série *Filhos da Pátria 2* (2019).



Fonte: print screen da série *Filhos da Pátria 2* (2019) feito na plataforma Globoplay.

Podemos colocar nessa etapa de pré-produção a reunião de leitura dos capítulos com todos os titulares de departamentos, que normalmente ocorre próximo às gravações. A partir da leitura, é feito o roteiro de gravação, os departamentos podem executar as tarefas mais direcionadas ao que vai acontecer nas cenas e desenhos de cena mais específicos são

propostos pela direção. Na TV Globo, não há reunião de plano de filmagem e de análise técnica como há no cinema. O fato de não se ter uma obra fechada, com capítulos diários sendo televisionados e com 6 capítulos semanalmente sendo lidos e produzidos enquanto se grava em 5 frentes de gravação diferentes, não permite que a dinâmica de trabalho seja feita como no cinema, e uma cultura de trabalho foi criada e se expandiu também para outros gêneros além das novelas. Diferentemente do cinema onde as questões principais já estão resolvidas quando iniciam-se as filmagens - locações escolhidas, visitadas, análise técnica feita, plano de filmagem discutido - na TV Globo este trabalho é feito de outra maneira e ao longo do período da gravação. Portanto é fundamental que o conceito seja bem definido na pré-produção para que as dúvidas sejam resolvidas rapidamente na reunião semanal de capítulos.

A decupagem dos capítulos se dá da mesma forma que no cinema e no mercado audiovisual fora TV Globo: faz-se um levantamento das necessidades solicitadas em texto, coloca-as em listas e mais listas, e passa-se a produzi-las: lista de *dressing*, lista de materiais, lista de fotos, lista de compras, lista de carros, lista de objetos de cena, listas de animais, listas de aprovações para enviar para o departamento jurídico, listas de artes gráficas, etc. É importante saber se em alguma cena algum ator vai pular da janela, subir uma escada, abrir uma torneira, enfim, qual será a ação descrita em texto que o cenário deve contemplar. Se o texto não sugere ação, é importante que cenografia e produção de arte se antecipem e ofereçam para a direção alguma ação para a personagem. No caso específico da cenografia, cada cenário gera sua própria listagem: lista de detalhes construtivos, lista de móveis, lista de artes, listas de quadros, listas de tapetes, listas de luminárias, listas de cortinas, etc.

Nesta etapa da linha de montagem o cenógrafo se reúne com o gerente de projetos para, a partir das características principais dos cenários descritas em texto e aprovadas com a direção, determinar as metragens aproximadas e calcular o orçamento estimado para cada um deles. A somatória total dessas estimativas, deve estar dentro da meta do orçamento que a direção de produção determinou para a cenografia do programa. Se estiverem acima, cada uma das estimativas precisa ser revista, individualmente ou coletivamente. Na novela *A Favorita* (2008), por exemplo, foi preciso reduzir 10% da estimativa total dos cenários. A solução encontrada foi reduzir 10% do tamanho de cada cenário. Claro que a conta não é exatamente essa, pois a quantidade de janelas, portas, vãos de um cenário não muda somente reduzindo sua área, mas é um começo para que se repense a estrutura dos cenários como um todo. Prova de que o orçamento deve ser respeitado.

Fica evidente que essa linha de montagem é um processo circular, onde cada etapa alimenta e devora a outra, sujeito a reviravoltas, recomeços, desaprovações, mudanças de equipe, de prioridades, de orçamento, influenciado por todo e qualquer tipo de acaso e imprevisibilidade. Cada dia é um dia a mais e um dia a menos.

3.2.3. PRODUÇÃO



Após a aprovação do conceito do cenário pela direção, das estimativas do orçamento de cada cenário estarem feitas, a equipe de cenografia começa a desenvolver o projeto executivo do cenário com inúmeros desenhos geralmente em AutoCAD onde todos os itens do cenário são detalhados minuciosamente. Cada ambiente da sinopse ou do texto vira um projeto executivo de cenografia, que, assim como um projeto executivo de arquitetura, se constitui de plantas, cortes, vistas, detalhes de cada elemento, e esses desenhos são feitos a partir da decupagem do cenário que é feito a partir da decupagem do roteiro, que resultam ambas nas listas citadas anteriormente.

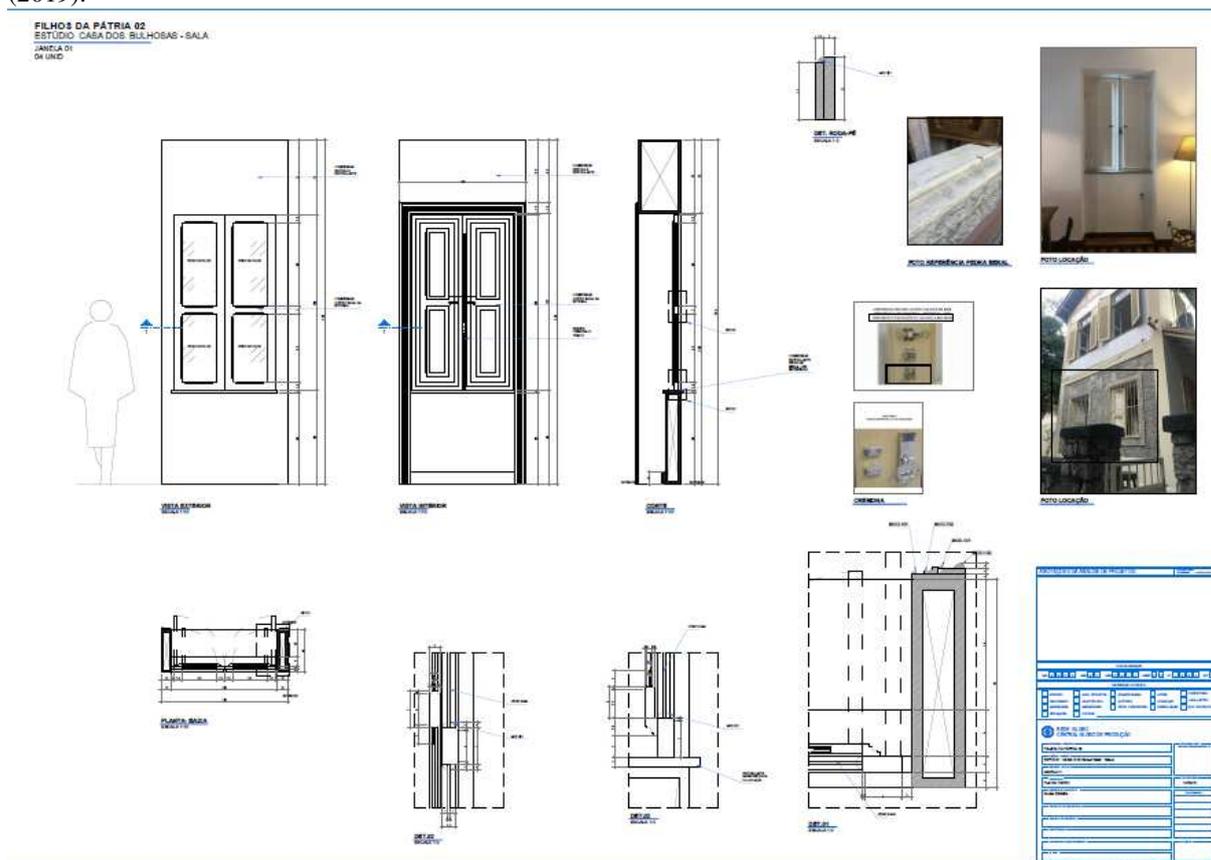
Normalmente a equipe de cenografia inicia a produção pelos cenários das cidades cenográficas, pois como em parte é uma obra civil, com obras de arruamento, drenagem de águas pluviais, passagem de cabos para iluminação; demora mais tempo para ser construída e demanda maiores recursos, ou seja, mais orçamento e equipe mobilizada. A partir do

momento que a cidade cenográfica está toda desenhada, detalhada e aprovada, iniciam-se os projetos de estúdio e de interferências em locações de acordo com a prioridade de gravação que é dada pela direção e produção.

O cenário será dividido em elementos básicos de cenografia, e esses elementos serão decupados para atender o tamanho máximo das peças determinado pelas dimensões dos estúdios e carrinhos de transporte e segundo uma lógica de detalhamento: a construção das peças será distribuída entre diferentes empreiteiros, e cada um deles precisa de seu próprio detalhe específico. Portanto se uma porta possui madeira e ferro, parte do projeto vai para o marceneiro carpinteiro e parte para o serralheiro.

Na figura abaixo está o detalhamento da janela da casa da família Boulhosa de *Filhos da Pátria 2* (2019) que vimos os frames da cena nas imagens 78 e 79:

Imagem 80 - projeto da janela da casa que ficava no estúdio da casa dos Boulhosa na série *Filhos da Pátria 2* (2019).



Fonte: projeto da própria autora, desenhado pela assistente de cenografia Elisa Emmel.

Para este projeto foi feito um levantamento de medidas minucioso da janela da externa para poder reproduzi-la em estúdio, e além disso foram feitas adequações na pintura da casa da locação para adequá-la ao conceito do projeto.

O projeto executivo de cenografia feito para cidade cenográfica e o para estúdio possuem características e tecnologias totalmente distintas conforme as necessidades que também são completamente diferentes: o primeiro ficará exposto ao tempo e intempéries, terá a escala de uma cidade; e o segundo ficará sujeito a uma série de regras provenientes do tamanho do estúdio, da porta de entrada das peças no estúdio, do carrinho de transporte das mesmas, do espaço de armazenagem, do tamanho da folha de compensado, etc.

É necessário que as peças projetadas sejam pensadas para o fim ao qual se destinam. Sendo um cenário de estúdio que será montado e desmontado, suas peças precisam caber nos carrinhos de transporte, precisam passar pela boca do estúdio, precisam caber dentro do caminhão, precisam ser resistentes, precisam ser seguras para a equipe e para o elenco, precisam respeitar as medidas mínimas necessárias para a passagem de pessoas, de equipamentos, de colocação de câmera.

Cada peça detalhada possui o mesmo nome que está em planta baixa, assim o cenotécnico, quando recebe as diversas peças vindas dos empreiteiros separadamente, consegue montar o cenário tanto na pré-montagem quanto na cidade cenográfica seguindo a planta baixa e a nomenclatura do desenho. No caso de cenários de estúdio, as peças também são nomeadas em partes que na montagem ficarão ocultas da vista das câmeras. Esse sistema de projeto e de montagem é semelhante ao de cenários de teatro e cinema que são feitos para serem montados e desmontados.

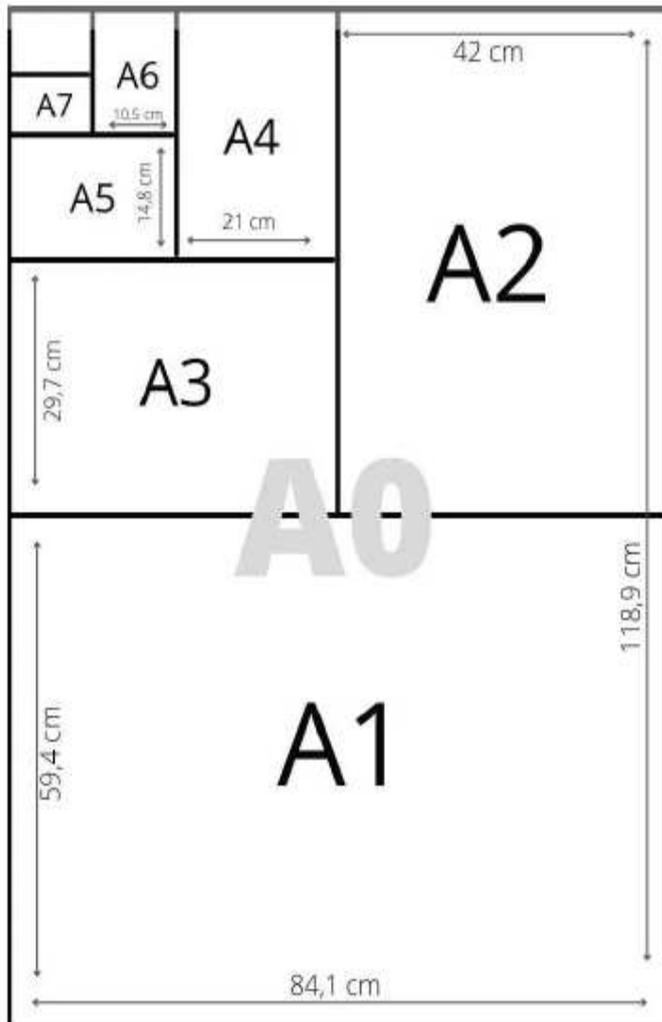
O cenógrafo precisa estar atento ao trabalho de sua equipe, sempre tirar dúvidas e verificar se o projeto está sendo feito conforme ele imaginou e solicitou. Principalmente para não descobrir erros grandes quando o cenário estiver de pé e na pré-montagem, o que pode gerar custos extras num orçamento apertado. Mesmo com o cenógrafo assistente desenvolvendo o projeto com total autonomia, a responsabilidade é do cenógrafo, assim como os créditos também.

Um cenário grande de estúdio de novela costuma ter em média 50 pranchas com tamanho A0, mas já aconteceu de um cenário do cenógrafo Mário Monteiro que detalhei para a novela *Caminho das Índias*, a Mansão do Ananda, conter 102 pranchas de desenho tamanho A0 (1189x841mm), considerada o maior tamanho de prancha padrão ABNT³⁸. Neste caso específico, a mansão deveria respeitar todos os itens que caracterizam o maior e mais importante cenário de uma novela das 21hrs e ainda deveria ser uma residência com

³⁸ A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) foi fundada no ano de 1940. Sua função é definir normas e regras técnicas – que afetam o comércio, a indústria e até a prestação de serviços no Brasil –, além de administrá-las.

características arquitetônicas que remetesse a um palacete indiano. Foi um desafio para toda a equipe de cenografia transformar esculturas arquitetônicas em cenário feito de madeira que pudesse ser montado e desmontado.

Imagem 81 - esquema de tamanho de pranchas de desenho utilizadas pela ABNT



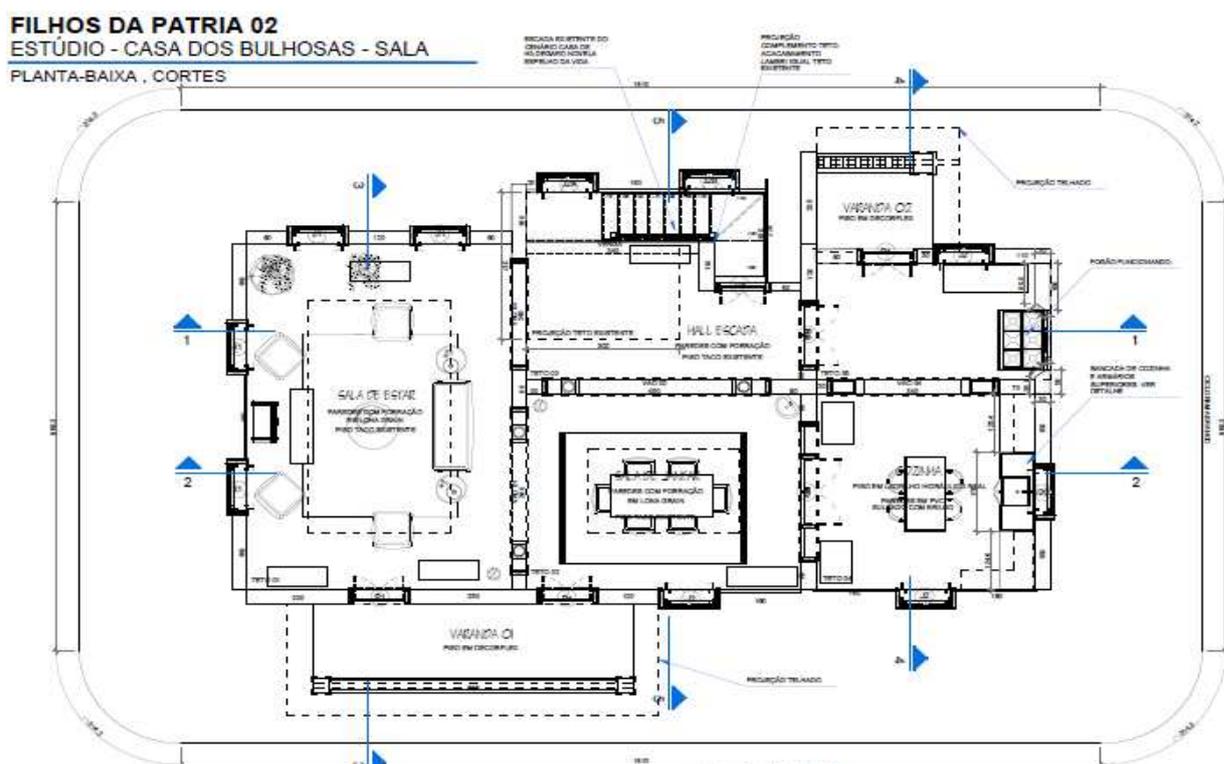
Fonte: <https://www.significados.com.br/tamanho-de-folha/>

Como na TV Globo o cenógrafo ou seus assistentes não participam diretamente das etapas de construção do cenário, não estão junto com os diferentes empreiteiros enquanto as diversas peças são construídas, o nível de detalhamento de um projeto de cenografia exigido é enorme. Quanto mais afastado o cenógrafo se encontra da realização do seu projeto, ou seja, da construção das inúmeras peças que compõem um cenário, mais estas precisam estar detalhadas, pois todas as informações precisam estar no projeto para que sejam corretamente analisadas, orçadas e construídas. O cenógrafo da TV Globo não executa as etapas de análise, orçamento e construção, não será capaz de estar disponível para acompanhar o processo passo

a passo e influenciar no processo, portanto nesta linha de montagem, neste modo de produção industrial, tudo deverá estar documentado no papel da forma mais específica e esclarecedora possível. É comum ao virem tirar dúvidas de projeto que o cenógrafo use a frase que virou jargão: “abre a planta!”, “cadê o projeto!”. Até mesmo porque corrigir os erros de projeto saem do orçamento da cenografia, e corrigir erros de execução precisam ser absorvidos pelos empreiteiros.

Segue um exemplo abaixo de duas imagens, a primeira da planta baixa com todas as peças dos cenários descritas e a segunda com a lista de detalhes feita a partir da decupagem do cenário da casa dos Bulhosa da série *Filhos da Pátria 2* (2019), resultando em 26 pranchas tamanho A0:

Imagem 82: planta baixa do cenário sala dos Bulhosas



Fonte: acervo da autora

Imagem 83: lista dos detalhes do cenário sala dos Bulhosas que foram desenhados e construídos.

FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_01- PLANTA E CORTESS	03/06/2019 17:18	Documento do A...	722 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_02- PORTA 01	09/05/2019 16:51	Documento do A...	1.001 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_03- PORTA 02	09/05/2019 16:55	Documento do A...	385 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_04- PORTA 03	09/05/2019 16:55	Documento do A...	363 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_05- PORTA 04	09/05/2019 16:56	Documento do A...	181 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_06- JANELA 01	27/05/2019 15:44	Documento do A...	1.046 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_07- JANELA 02	27/05/2019 15:45	Documento do A...	727 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_08- JANELA 02A	27/05/2019 15:46	Documento do A...	734 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_09- JANELA 02B	27/05/2019 15:46	Documento do A...	733 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_10- JANELA 02C REV-04-06-2019	04/06/2019 14:55	Documento do A...	728 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_10- JANELA 02C	27/05/2019 15:47	Documento do A...	727 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_11- VÃO 01	09/05/2019 17:00	Documento do A...	234 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_12- VÃO 02	09/05/2019 17:00	Documento do A...	235 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_13- VÃO 03	09/05/2019 17:01	Documento do A...	240 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_14- VÃO 04	17/05/2019 16:41	Documento do A...	305 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_15- COLUNA E SACADA VARANDA 01	09/05/2019 17:03	Documento do A...	393 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_16- COLUNA E SACADA VARANDA 02	09/05/2019 17:03	Documento do A...	379 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_17- PLANTA-BAIXA TETOS	21/05/2019 11:50	Documento do A...	538 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_18- TETO 01	16/05/2019 14:54	Documento do A...	283 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_19- TETO 02 - TETO 03	16/05/2019 14:54	Documento do A...	277 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_20- PLANTA BAIXA ELÉTRICA	16/05/2019 14:57	Documento do A...	391 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_21- TETO 04 - TETO 05	16/05/2019 14:55	Documento do A...	267 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_22- PLANTA PISO COZINHA	01/06/2019 17:44	Documento do A...	1.878 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_23- CORTINAS SALAS E HALL DA ESCADA	03/06/2019 19:27	Documento do A...	292 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_24- CORTINAS COZINHA	03/06/2019 19:28	Documento do A...	212 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_24- CORTINAS PORTA 02	03/06/2019 19:31	Documento do A...	334 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_25- BANCADAS COZINHA	04/06/2019 18:27	Documento do A...	615 KB
FDP2_EST_CASA DOS BULHOSAS_26- PRATELEIRAS COZINHA	04/06/2019 18:15	Documento do A...	220 KB

Fonte: print screen da tela do computador da autora.

O projeto executivo do cenário, seja ele de cidade cenográfica, estúdio ou locação, é enviado para análise e orçamento que será feito pelo analista de projetos. O analista de projetos, que é ligado à divisão industrial, recebe o projeto e vai analisá-lo e orçá-lo. Ele precisa tanto verificar se o projeto está respeitando as regras de construção e armazenagem e montagem, quanto ao orçar verificar se ele está respeitando a meta orçamentária que foi estipulada para ele. Se o analista em conjunto com o cenotécnico encontrar algum problema de projeto que desobedeça alguma regra e que inviabilize o cenário, o analista informa ao gerente de projeto, e ambos vão até o cenógrafo para encontrar soluções. O cenógrafo junto com o cenógrafo assistente precisará alterar o projeto para se adequá-lo às normas. Do mesmo modo, se ao orçar o analista constatar que o custo do cenário ultrapassa a meta da estimativa, ele entra em contato com o gerente de projeto para que o orçamento do cenário seja revisto junto ao cenógrafo para que este faça modificações, cortes e ajustes. O analista e o gerente de projeto podem ser excelentes parceiros, dando ideias e alternativas para solucionar todas as questões, mas também podem se tornar os piores inimigos, inviabilizando o projeto.

A experiência do cenógrafo e do cenógrafo assistente faz com que os cenários já sejam projetados dentro das regras e dentro da estimativa. Quando assistente de cenografia, já

desenhei vários mezaninos chamados de “boi de piranha” para poder cortar para que o valor do cenário orçado entre dentro da meta da estimativa. O custo da operação industrial pode ultrapassar os limites esperados e inviabilizar o cenário, algumas vezes, na reunião de adequação de um cenário para que ele entrasse na meta, começava a negociação com a seguinte frase: “se eu cortar tudo fica quanto?”; pois parte do custo é operacional. Isso quer dizer, no caso de uma cidade cenográfica por exemplo, que existe a constituição de um canteiro de obra, com contratação de caminhão, caçamba para retirada de entulho, areia, cimento, banheiro químico, barracão, água e café para os operários, etc. Todos esses itens entram na conta da cenografia embora não esteja no custo do cenário propriamente dito. Com relação ao cenário da pré-montagem a mesma lógica, pois existe o custo de operação da fábrica de cenários e da utilização da área da pré-montagem.

Uma vez que o projeto orçado foi aprovado pelo gerente de produção, inicia a etapa de construção. Algumas vezes visitas aos empreiteiros e ajustes no projeto conforme solicitação dos mesmos também se fazem necessárias. O empreiteiro é um ótimo cenotécnico que coordena sua própria equipe de construção. Quando ele é parceiro de muitos cenários, sempre trás uma boa solução para um problema, por exemplo: sugerir uma espessura de vergalhão ferro ou a espessura do compensado que melhor se adapte ao desenho do projeto. Podem sugerir o emprego de materiais alternativos e de medidas mais econômicas, por exemplo: usar mdf e não compensado para melhorar o acabamento; fazer uma tapadeira de 220cm ao invés de fazer uma de 230cm, que ficará mais cara sem falar do desperdício uma vez que as vezes 10cm não traz impacto na visualidade, e neste caso pode-se alterar a medida para ajustar o orçamento e facilitar a construção e o acabamento. O marceneiro e carpinteiro João Emídio Moreira Ferraz da empresa *NCCD Marcenaria e Cenografia EIRELI*, artesão da madeira especialista em mobiliário e peças torneadas, com toda a humildade sugeria que o projeto “poderia estar melhor” – para não dizer que estava errado - e que se reduzisse a espessura da madeira de 2 cm para 1,5 cm sairia muito mais barato e não faria muita diferença do ponto de vista cenográfico. O serralheiro Sidney de Almeida Teixeira, da empresa *Alumuza Arte em Metais LTDA*, um verdadeiro artesão, sempre oferecia perfis e adereços de ferro para melhorar o acabamento e o custo das peças.

Cito o exemplo do cenário do cabaré da minissérie *Amazônia, de Galvez a Chico Mendes* (2007) cujo cenário reproduzia características arquitetônicas do estilo Art-nouveau e apresentava uma grande dificuldade de projeto e construção dos guarda-corpos em ferro. Antes de começar o detalhamento, conversei com Teixeira mostrando as referências que o

cenógrafo Mário Monteiro havia me passado, e juntos encontramos a solução de fazer em barra chata de ferro de ½”, pois esse material poderia ser moldado para fazer as curvas que aconteciam em todos os planos.

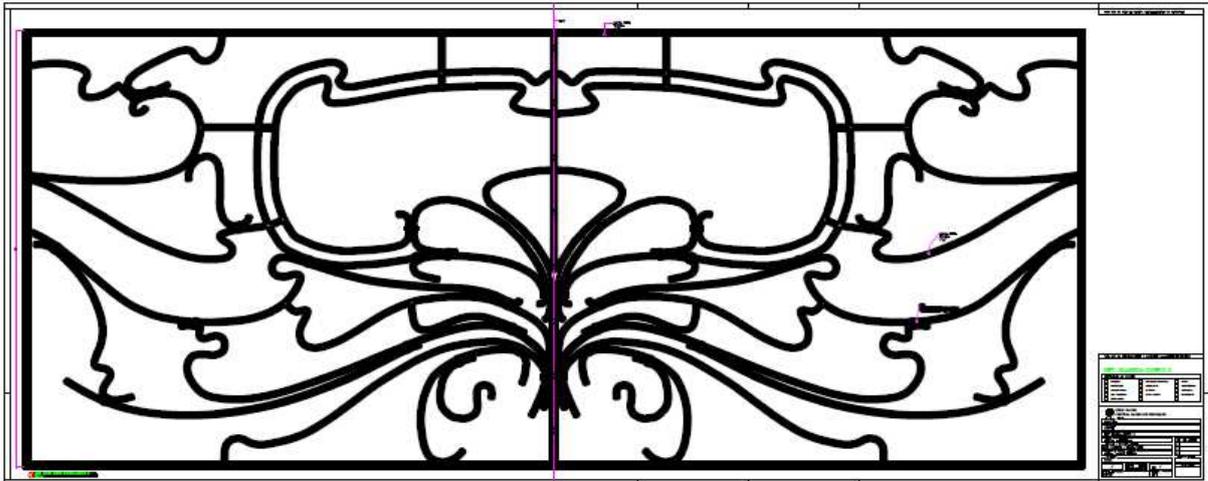
Imagem 84: Imagem escaneada do livro que serviu de referência para o guarda-corpo do cenário do cabaré. Como não possuo o livro, apenas o arquivo digital, procurei no google a imagem para poder colocá-la aqui com a fonte:



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/749427194225854641/>

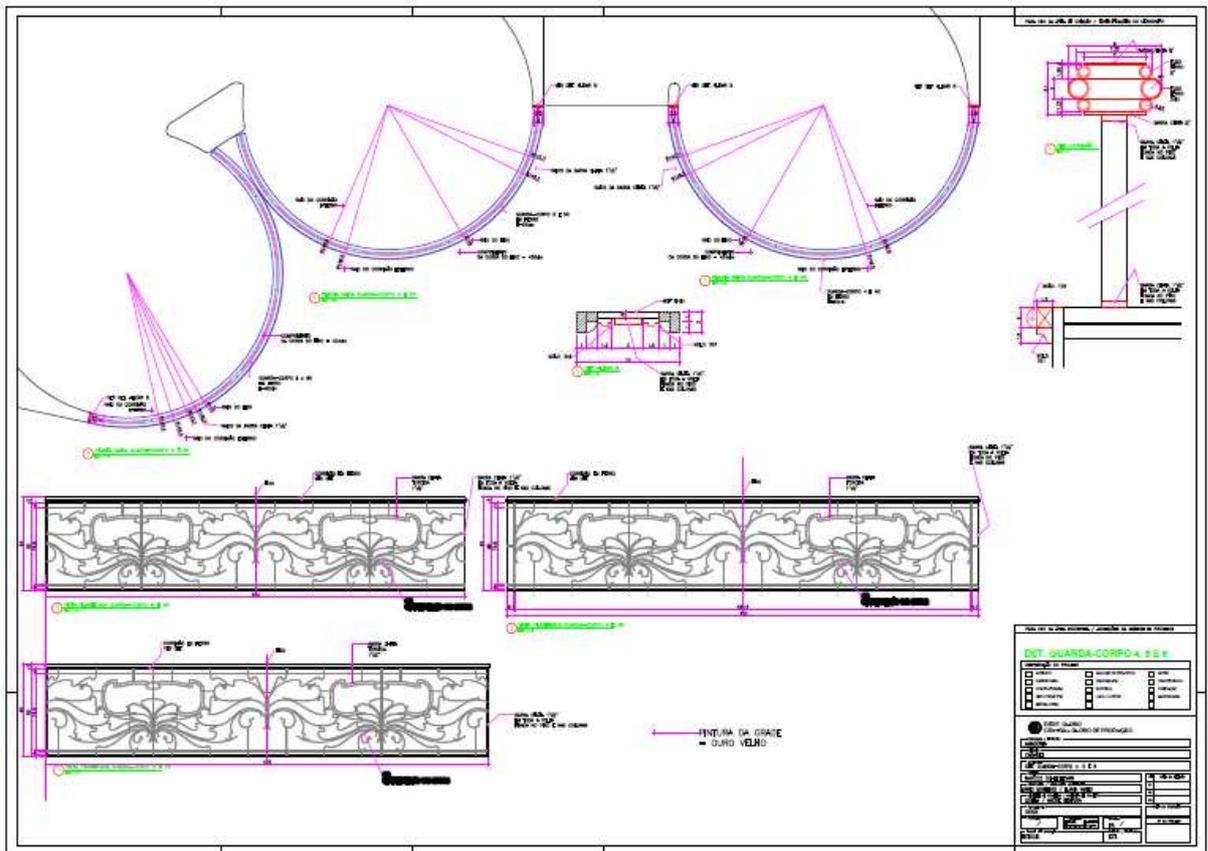
A conversa com Teixeira em conjunto com as referências resultou no projeto do cabaré e de todos os seus guarda-corpos de ferro:

Imagem 85: projeto de um dos guarda-corpos do cenário de Mario Monteiro desenhado pela autora.



Fonte: acervo da autora.

Imagem 86: projeto de um dos guarda-corpos do cenário de Mario Monteiro desenhado pela autora.



Fonte: acervo da autora.

Imagem 87: foto do guarda-corpo do cenário cabaré



Fonte: foto da própria autora do cenário feita no momento da montagem.

As peças construídas separadamente por vários empreiteiros chegam no canteiro de obra da cidade cenográfica ou na pré-montagem ainda na madeira ou no ferro, sem acabamento de massa, tinta ou forração, porém já em escala real. Finalmente tudo o que estava apenas desenhado nas inúmeras folhas A0 toma corpo, é um momento decisivo, mágico e de grande tensão ver aquilo que estava no papel e em várias partes separadas se unirem para formarem um cenário. Nessa hora é possível verificar se houve algum erro grave tanto de projeto quanto de execução, se todas as peças irão se encaixar, se as alturas ficaram boas, ou muito maiores ou muito menores, vemos se precisaremos de algum ajuste sem o qual a gravação se torna inviável, vemos se a proporção está boa, o tamanho da boca de cena, a profundidade do cenário, vemos os vazamentos e os planos possíveis. Neste momento efetivamente o cenário se mostra à vista, o que nenhum 3D, por mais perfeito que seja, pode dar: a sensação de estar ali dentro com o seu corpo dialogando e interagindo com a escala do cenário. Neste momento também é hora de dar os acabamentos necessários, e mudar o que for preciso, verificar a cor, o papel de parede, o azulejo, o envelhecimento. Graças ao PROJAC, a partir deste momento, tudo é visto em etapas e enquanto é feito. Essa é a grande vantagem de

se estar no mesmo local: poder verificar diariamente um cenário na pré-montagem acompanhando sua evolução e alterando o que for necessário.

Uma vez a montagem do cenário avançada, é hora de tentar levar a direção do programa, o diretor de fotografia e outros titulares dos departamentos de criação para visitar a cidade cenográfica e ver os cenários na pré-montagem, digo tentar pois nem todos estão disponíveis para tal passeio. Quando estão, é uma troca muito importante, pois muitas vezes esses profissionais não entendem ou não tiveram acesso à planta ou ao projeto, não conseguem participar de todas as reuniões feitas com o cenógrafo e o diretor do programa. O diretor de fotografia por exemplo, consegue finalmente ver o cenário, pensar em como vai iluminar, imaginar a luz, e solicitar ajustes que ainda precisam ser feitos para um melhor resultado fotográfico. O produtor de arte pode pensar na quantidade de prateleiras de uma cozinha e de uma livraria, o figurinista pode verificar as cores do cenário, etc. Se essa revelação só acontece no dia e na hora da gravação, os danos são maiores pois exigirão mais tempo e podem atrasar ou até mesmo cancelar a gravação.

Segue imagem do cenário de estúdio na pré-montagem recebendo acabamento de massa para ser pintado posteriormente. da na pré-montagem ainda sem receber a pintura e o teto e o mesmo cenário durante a gravação:

Imagem 88: cenário repartição do jornal na série *Filhos da Pátria 2* (2019).



Fonte: fotografia feita pela própria autora.

Imagem 89: foto do monitor do estúdio quando o cenário da redação de jornal estava sendo gravado.



Fonte: fotografia feita pela autora.

Paralelamente ao cenário estar sendo construído na cidade cenográfica e pré-montado na área da pré-montagem, o cenógrafo e seus assistentes verificam as listas feitas anteriormente provenientes da decupagem do texto e do cenário e produzem tudo o que é necessário: escolhem os móveis e adereços, projetam cortinas e artes gráficas, pesquisam tecidos para forração de móveis, almofadas, roupas de cama, enfim, tudo o que dá vida a uma caixa de madeira e a transforma no habitat, no lugar da ação de uma personagem num determinado tempo. O trabalho da cenografia que só se realiza quando abriga uma personagem em ação.

Uma caixa de cenário pode ser *dressada*, ou seja, vestida de inúmeras formas, sendo que cada maneira de *dressar* contribui para a existência verossímil de uma personagem. O conceito de verossimilhança aparece pela primeira vez na *Poética de Aristóteles* onde se coloca que ao poeta, ou seja à poesia e conseqüentemente à arte, compete abordar não o verdadeiro, mas o possível. O conceito de verossimilhança surge portanto relacionado ao conceito de *mimesis* - imitação - das ações dos homens, capaz de criar no público a credibilidade de que aquilo é de fato possível de acontecer. O espectador de um programa de

televisão precisa acreditar que aquela personagem pode existir de fato na realidade que mora ao seu lado, ele precisa se identificar nas situações que a personagem vai viver, e para tanto necessita perceber o espaço aonde ela está inserida como plausível, e mais ainda, esse espaço precisa contribuir para o seu mergulho na história. Jacques Aumont em seu livro *A estética do filme* introduz outro conceito com relação ao verossímil:

O verossímil diz respeito, simultaneamente, à relação de um texto com a opinião comum, à sua relação com outros textos, mas também ao funcionamento interno da história que ele conta. O verossímil pode, em primeiro lugar, ser definido em sua relação com a opinião comum e os bons costumes: o sistema do verossímil esboça-se sempre em função das conveniências. (AUMONT, 2012, p.141)

Podemos citar como exemplo para caracterizar personagens os cenários do Edifício Copamar da novela *Paraíso Tropical* (2007). Vários núcleos familiares da novela moravam no mesmo edifício, porém cada apartamento embora tivesse a mesma arquitetura e a mesma planta baixa, possuíam um *dressing* totalmente diferente seguindo as orientações do texto a respeito de cada personagem. A única constante de todos os cenários é a exuberância das plantas, que podemos entender como um dos conceitos que alimentavam a ideia da novela se passar na cidade do Rio de Janeiro, num paraíso tropical.

Imagem 90: cenário da casa de Virgínia e Belisário no edifício Copamar:



Fonte: print screen da cena da novela *Paraíso Tropical* feita na plataforma Globoplay

Imagem 91: cenário da casa de Dinorá e Gustavo no edifício Copamar.



Fonte: print screen da cena da novela *Paraíso Tropical* feita na plataforma Globoplay

Imagem 92: cenário da casa de Neli e Heitor no edifício Copamar.



Fonte: print screen da cena da novela *Paraíso Tropical* feita na plataforma Globoplay

Importante aqui diferenciar a palavra *dressing* de decoração. A decoração consiste no planejamento e organização dos espaços, estabelecendo relações estéticas e funcionais. Por decoração entende-se também aquilo que ornamenta e embeleza o ambiente para torná-lo mais agradável e harmônico. Já o *dressing* feito para fins cenográficos não possui esse objetivo, podendo até mesmo servir ao desejo oposto uma vez que o cenário deve servir ao drama, ao personagem e sua ação, a contação de uma história. O *dressing*, composto por uma infinidade de objetos, cada um deles contendo a suposta história das personagens e despertando memórias afetivas nos espectadores é fundamental para a construção da verossimilhança da história que está sendo contada. Ítalo Calvino escreve que “cada vida é uma enciclopédia, uma biblioteca, um inventário de objetos, uma amostragem de estilos”. (CALVINO, 1990, p.138)

A produção de *dressing* é feita por assistentes, seguindo as referências do cenógrafo aprovadas com a direção, ou pelo próprio cenógrafo quando se trata dos principais cenários e quando envolvem compras de objetos com custo elevado. Visitar lojas, acervos de móveis na cidade, pesquisar e garimpar em feiras, viajar para outras cidades, estados ou países quando o programa se passa em alguma localidade específica torna-se fundamental. É muito importante fazer a pesquisa *in loco*, por exemplo, se a série se passa em Copacabana, ir a Copacabana, se a série se passa na Índia, ir para a Índia, e assim sucessivamente. A pesquisa, comumente chamada de “garimpagem”, de materiais também fornece soluções, alimenta a ideia, dá subsídios, materialidade, se constitui parte essencial do trabalho de todos os departamentos artísticos. Mesmo que aparentemente esta etapa esteja quase toda centralizada na pré-produção, ela é constante.

No processo de constituir o lugar da ação também é preciso acompanhar a confecção das cortinas e a forração dos sofás no setor de costura para ver se as especificações do projeto estão sendo respeitadas, se os tecidos foram comprados corretamente e com a metragem devida, se são indicados para a forração do mobiliário e para a confecção das cortinas. Costureiras, forradores e artesãos participam criativamente desta etapa do trabalho dando sugestões, ideias, falando da qualidade dos tecidos, detalhes de aviamentos e costuras, resolvendo questões que muitas vezes o cenógrafo não foi capaz de prever em projeto. A mesma coisa podemos dizer sobre os aderecistas e pintores de arte, que sempre trazem ao cenógrafo contribuições importantes para o resultado final do cenário, seja com a sugestão de técnicas para se chegar ao melhor resultado, seja com ideias para enriquecer o universo da

personagem. São artesãos cujo trabalho colabora criativamente para o resultado final do cenário.

Essa etapa de construção do cenário em que vários profissionais se unem em prol de um objetivo em comum é extremamente estimulante de natureza relacional e dialógica. Fazer cada pessoa dessa equipe se sentir como agente criativo e participante de um sonho coletivo é tarefa do cenógrafo que neste momento é colocado pela empresa como gestor de uma equipe. O fazer é parte da criação, e engana-se quem considera que a ideia se dá num espaço mental de pura liberdade e abstração sem condicionantes externos. São os condicionantes externos e os limites que nos dão a verdadeira liberdade, a criação se dá ao fazer.

Neste sentido, pensar que o diretor do programa atua como o diretor de arte é um equívoco, pois a direção de arte também se constitui no fazer. O diretor de arte, o cenógrafo, o figurinista, o produtor de arte, os profissionais da criação precisam ser quem faz e não somente quem idealiza, portanto é um equívoco considerar que o diretor artístico ou de núcleo são os diretores de arte de um programa de televisão, uma vez que ele não corporifica, a sua criação persiste somente no campo do desejo e da ideia. Sem materialidade a ideia não tem sequência, é interrompida, quem dá a continuidade, faz “o resto”, preenche as lacunas com o fazer, com o projeto, com a matéria, é o diretor de arte, e no caso da TV Globo é o cenógrafo, e/ou o figurinista, e/ou o produtor de arte.

3.2.3.1. A MONTAGEM

Depois destas inúmeras etapas terem sido ou não vencidas, chega o momento do grande dia da montagem do cenário, ou seja, da ocupação do espaço onde este se tornará o lugar da ação.

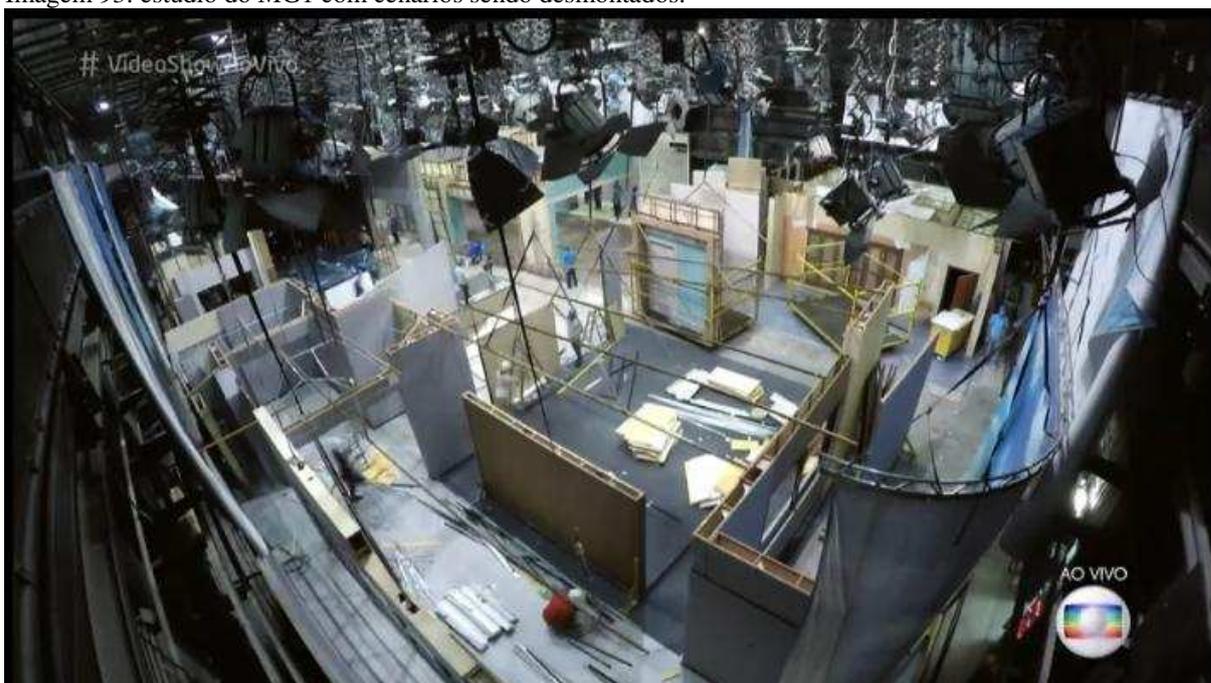
A montagem dos cenários na cidade cenográfica ocorre concomitantemente ao canteiro de obras. Pouco a pouco os *sets* são liberados pela equipe da divisão industrial encarregada da construção da cidade cenográfica. A equipe formada por cenógrafos assistentes, contrarregras e almoxarifes é deslocada para a cidade cenográfica e começa a organizar o *dressing* num local próximo para que a distribuição entre os *sets* liberados se inicie. É um trabalho que pode durar semanas até que todos os *sets* sejam liberados para o *dressing*, dressados pela equipe de cenografia e entregues para a gravação. Muitas vezes algum elemento importante demora a chegar para a montagem por diferentes razões: por não

ter sido encomendado a tempo, por ainda não ter sido comprado pela equipe de suprimentos, porque a confecção ainda não foi concluída; e o cenógrafo assistente que está pilotando a montagem precisa saber gerir o tempo e a equipe, pois é ele quem dá os comandos do que fica aonde. O cenógrafo participa da montagem porém não tem tempo de acompanhar cada detalhe, na grande maioria dos dias ele faz visitas as cidades cenográficas para dar coordenadas e passar tarefas para o cenógrafo assistente, e na véspera da estreia pode passar o dia montando para acelerar e reforçar a equipe.

A montagem dos cenários no estúdio na maioria das vezes acontece de um dia para o outro, e quando se trata dos maiores e mais importantes do programa, algumas vezes são montados com um dia de antecedência. A caixa cênica é transferida da pré-montagem para o estúdio, é desmontada na pré-montagem durante o dia na véspera, suas peças colocadas em carrinhos de transporte que por volta das 20:00 já estão todos enfileirados na rampa de acesso aos estúdios. É uma imagem bonita. A partir das 21:00 o cenário que estava sendo gravado começa a ser desmontado. O trabalho começa pelos contrarregras do estúdio retirando e armazenando em carrinhos todo o mobiliário e objetos que *dressavam* o cenário gravado; em seguida entram os maquinistas e forradores para desmontar a caixa cênica e transformá-la nas diversas peças que separadas serão colocadas em carrinhos de transporte e armazenadas no almoxarifado de peças cenográficas. Estúdio vazio, é o momento da equipe de limpeza entrar para preparar o estúdio para que ele receba o cenário que gravará no dia seguinte. A montagem se dá no processo inverso da desmontagem, primeiro entram os forradores e maquinistas para colocar os pisos do cenário e pegar as peças dos carrinhos de transporte para montá-las de acordo com o projeto do cenário. Estas tarefas são acompanhadas de perto pelo cenotécnico da noite que precisa conhecer o cenário e ler o projeto para que não ocorra erros de montagem. No amanhecer do dia, com a caixa cênica de pé, cada *set* é liberado para a equipe de pintores de liso, forradores e pintores de arte que darão o acabamento do cenário. É importante que a partir das 9:00 horas todos os *sets* ou pelo menos grande parte deles já esteja liberado para que a equipe de almoxarifados, contrarregra, eletricitistas e de cenógrafos assistentes possam iniciar o trabalho de ocupar a caixa cênica com o *dressing* separado ao longo do processo de trabalho.

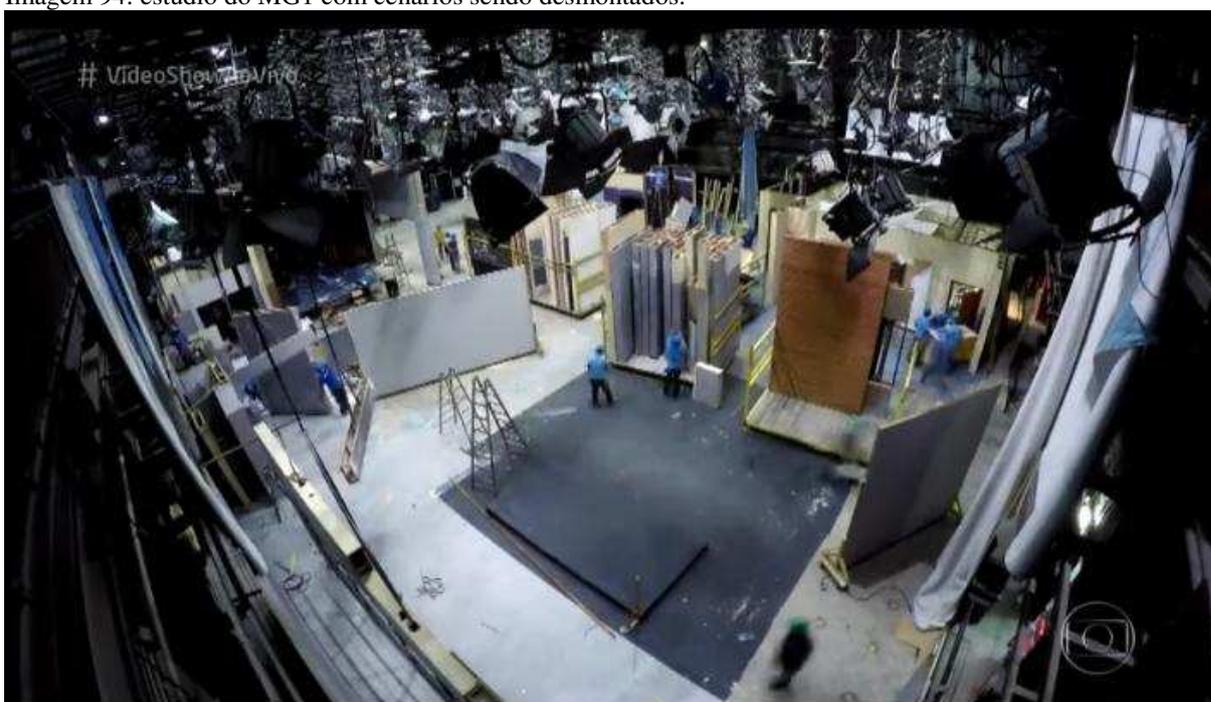
O programa *Vídeo Show* fez uma reportagem para explicar a movimentação do trabalho da equipe da divisão industrial na montagem da novela *O outro lado do Paraíso* (2017), abaixo frames do passo a passo:

Imagem 93: estúdio do MG1 com cenários sendo desmontados.



Fonte: print screen do programa Vídeo Show na plataforma Globoplay. <https://Globoplay.globo.com/v/6489858/>

Imagem 94: estúdio do MG1 com cenários sendo desmontados.



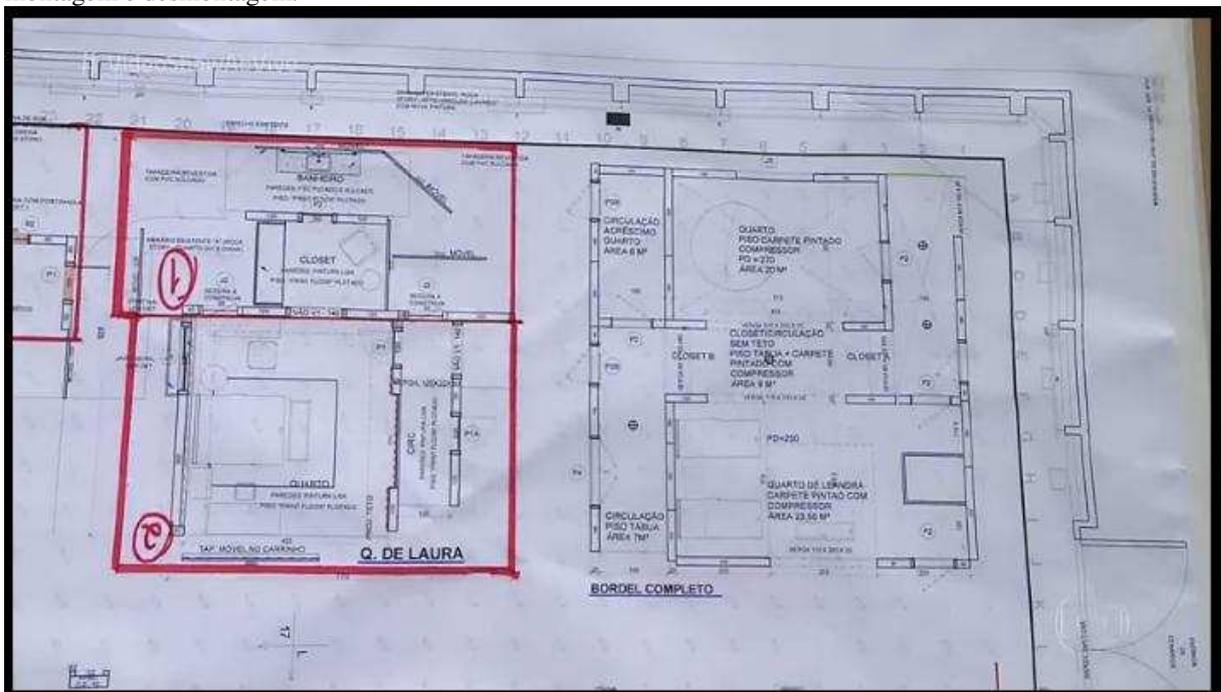
Fonte: print screen do programa Vídeo Show na plataforma Globoplay. <https://Globoplay.globo.com/v/6489858/>

Imagem 95: carrinho onde as peças do cenário ficam armazenadas para serem transportadas.



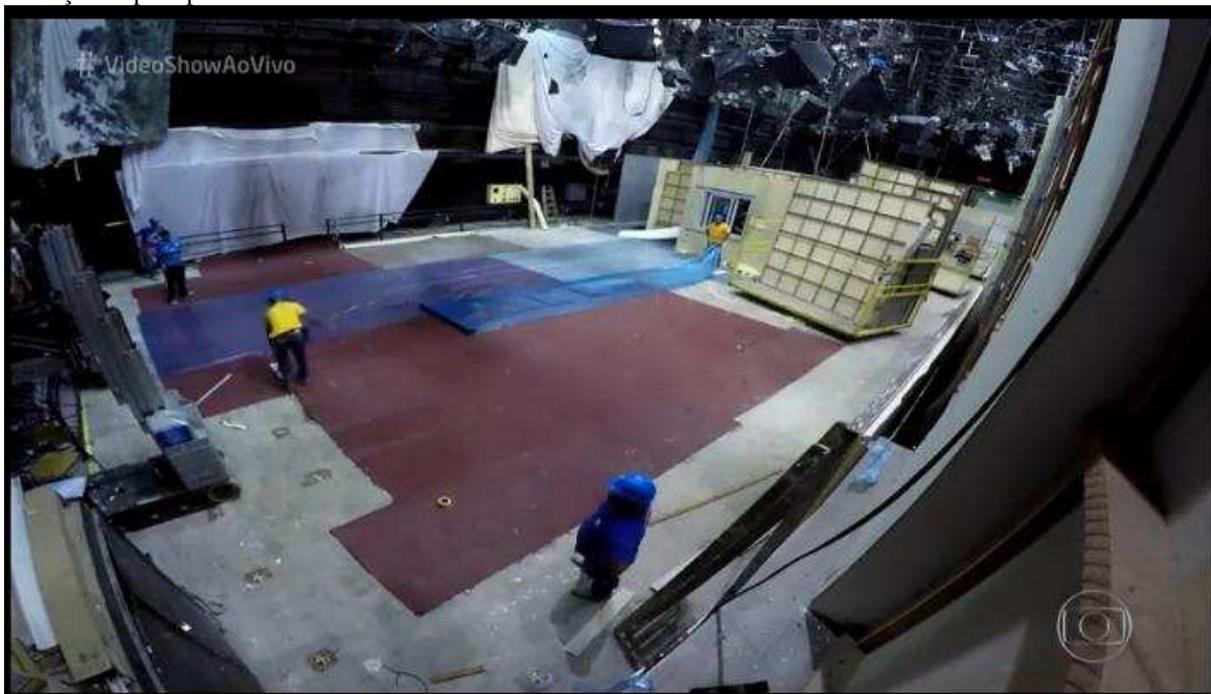
Fonte: print screen do programa Vídeo Show na plataforma Globoplay. <https://Globoplay.globo.com/v/6489858/>

Imagem 96: planteamento dos cenários com as marcações feitas pela DI para organização do trabalho de montagem e desmontagem.



Fonte: print screen do programa Vídeo Show na plataforma Globoplay. <https://Globoplay.globo.com/v/6489858/>

Imagem 97: depois de desmontar os cenários já gravados, a equipe começa a montar os cenários do dia seguinte começando pelo piso



Fonte: print screen do programa Vídeo Show na plataforma Globoplay. <https://Globoplay.globo.com/v/6489858/>

Imagem 98: maquinistas posicionando as peças do cenário.



Fonte: print screen do programa Vídeo Show na plataforma Globoplay. <https://Globoplay.globo.com/v/6489858/>

Imagem 99: a equipe de pintores entra nos cenários para iniciar a etapa de acabamento.



Fonte: print screen do programa Vídeo Show na plataforma Globoplay. <https://Globoplay.globo.com/v/6489858/>

Imagem 100: cenotécnico ao fundo supervisionando a equipe de montagem



Fonte: print screen do programa Vídeo Show na plataforma Globoplay. <https://Globoplay.globo.com/v/6489858/>

Imagem 101: os contrarregas de montagem começam a posicionar os móveis junto com a equipe de iluminação que começa a posicionar os refletores.



Fonte: print screen do programa Vídeo Show na plataforma Globoplay. <https://Globoplay.globo.com/v/6489858/>

Imagem 102: contrarregra de montagem posicionando os adereços do cenário conforme fotos de continuidade.



Fonte: print screen do programa Vídeo Show na plataforma Globoplay. <https://Globoplay.globo.com/v/6489858/>

Imagem 103: equipe de contrarregras de montagem posicionando os adereços do cenário de acordo com as fotos de continuidade.



Fonte: print screen do programa *Vídeo Show* na plataforma Globoplay. <https://Globoplay.globo.com/v/6489858/>

O dia da estreia de um cenário, quando se dá início a gravação, é o momento onde todo o quebra-cabeça do projeto, da paleta de cores, do *dressing*, dos objetos de cena, do figurino, dos atores, da iluminação vai ou não se encaixar. É sempre um momento tenso, pois por mais que tudo tenha sido visto e aprovado, as vezes não foi bem compreendido, e somente neste lugar de materialidade que o diretor realmente apreende o cenário, pois é só ali que ele ganha realmente visualidade e que a movimentação cênica dos atores vai ganhar sentido no posicionamento das câmeras. O cenário também ganha outras profundidades, ritmo e sombras em conjunto com a luz do fotógrafo, pois na pré-montagem a luz não é boa, e a luz do fotógrafo pode mudar até mesmo a cor do cenário, mostrar ou esconder imperfeições, acentuar ou esconder formas, profundidades, transparências e opacidades. O primeiro dia de gravação de um cenário, tanto na cidade cenográfica quanto no estúdio, é como um dia de ensaio geral de um espetáculo, o momento da representação é único, e as coisas que não se encaixaram no ensaio geral parecem que só se encaixam na estreia, no “abrir câmera”.

Este é o momento onde os diversos departamentos de criação se conversam efetivamente, é onde o desenho do figurino entra no ator caracterizado dentro do cenário, é onde o objeto de cena pensado pelo produtor de arte e os objetos mais íntimos da personagem entram no cenário. Todos esses universos precisam se relacionar, dialogar, fazer parte da mesma natureza visual, fazer parte da mesma paisagem, do mesmo espaço, para parecer

efetivamente o lugar cênico daquela ação e daquela determinada personagem. Este é um dos muitos desafios que as equipes de criação enfrentam nos produtos onde não há um diretor de arte que determine um conceito único ou que esteja hierarquicamente acima para decidir qual ideia deve prevalecer.

Nesta estreia do cenário, muitas vezes fica um cenógrafo e um cenógrafo assistente dentro do estúdio para acompanhar a gravação, pois numa mesma diária pode ser a estreia de vários cenários diferentes, e os problemas só são vistos na hora em que “abre câmera”. É a hora de ajustar se existe algum ponto que o fotógrafo não consegue iluminar, se existe algum lugar que o ator sempre vai parar onde o fundo não está adequado, de mover as coisas de lugar, de propor outras soluções. Uma vez gravado, o cenário entra para a continuidade, e entrando para a continuidade ele fica congelado para que haja coerência com outros dias de gravação caso um capítulo não seja gravado por inteiro numa mesma diária. Caso o problema seja mais grave e não puder ser consertado durante a gravação, a mesma pode ser cancelada para o dia seguinte para que se tenha tempo de fazer os ajustes necessários, ou a alteração deve ser combinada com a continuidade e com a produção para que ocorra sem prejuízo do roteiro de gravação e da continuidade do programa. Algumas alterações de cenários podem ser propostas em texto, e também devem ser roteirizadas em acordo com a cenografia, continuidade e produção. No programa *Malhação* (2010) a transformação de um armazém abandonado em casa de festas foi descrita em texto para o autor, e essa gravação em etapas tanto da parte externa quanto interna precisou ser bem planejada entre esses três pilares para que não houvesse problemas com a continuidade do programa.

Na primeira fase a caldeira era apenas um galpão abandonado, a segunda fase se deu após uma obra de estrutura e limpeza e pintura, e na terceira fase ela é transformada em casa de festas:

Imagem 104: cenário da caldeira na primeira fase



Fonte: print screen do programa *Malhação* (2011) na plataforma Globoplay.

Imagem 105: cenário da caldeira em obras.



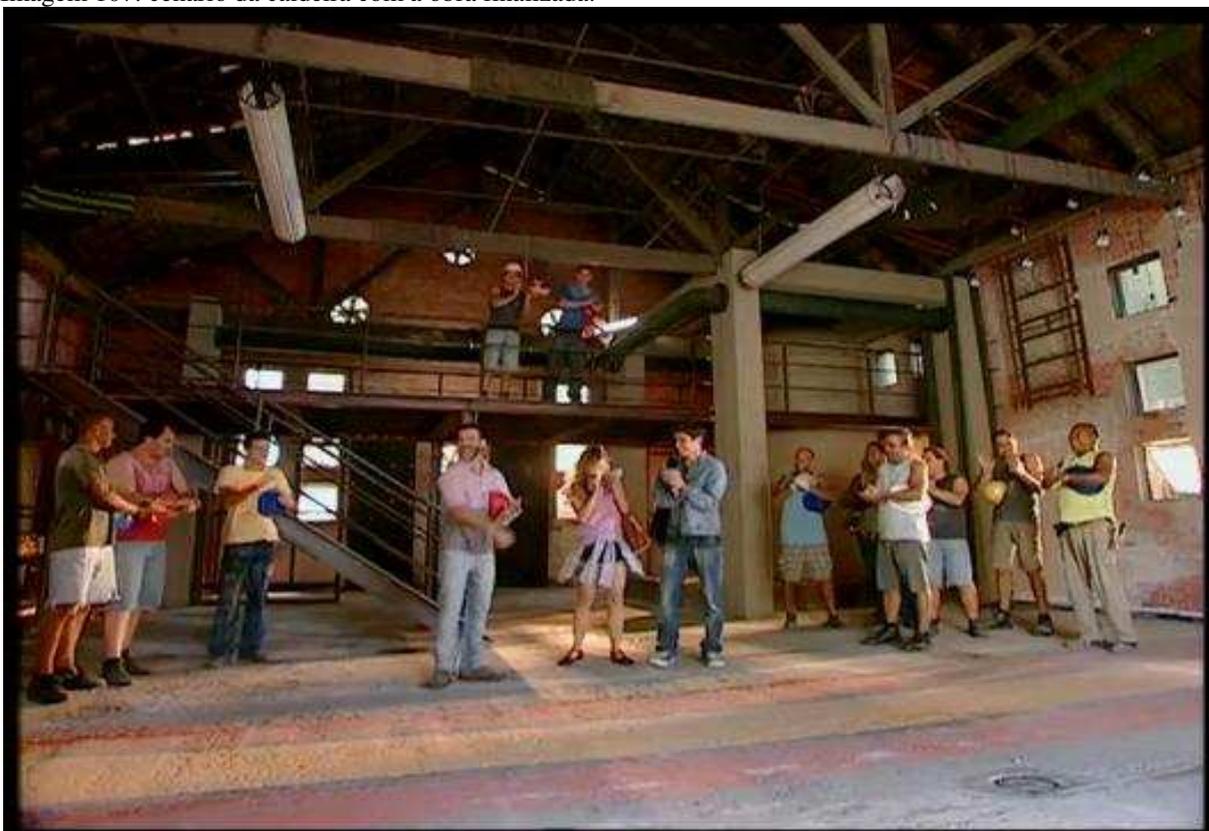
Fonte: print screen do programa *Malhação* (2011) na plataforma Globoplay.

Imagem 106: cenário da caldeira em obras.



Fonte: print screen do programa *Malhação* (2011) na plataforma Globoplay.

Imagem 107: cenário da caldeira com a obra finalizada.



Fonte: print screen do programa *Malhação* (2011) na plataforma Globoplay.

Imagem 108: cenário da caldeira sendo decorado em cena pelas personagens.



Fonte: print screen do programa *Malhação* (2011) na plataforma Globoplay.

Imagem 109: cenário da caldeira transformado em casa de festas sendo inaugurado.



Fonte: print screen do programa *Malhação* (2011) na plataforma Globoplay.

Importante ressaltar que para o *dressing* do cenário também existe uma meta de orçamento que deve ser atendida. Algumas vezes, a encomenda da direção não é compatível com a verba existente, e a gravação do cenário pode ser cancelada porque a expectativa não foi atendida. Nestes casos, a direção de produção pode ser chamada no estúdio para ver o cenário, existe uma reunião entre direção de produção, diretor artístico, produtor de arte e cenografia, e inúmeras decisões podem ser tomadas, desde a troca de equipe de cenografia e produção de arte até a liberação de mais orçamento. O mesmo vale para o figurino. Saber equilibrar a encomenda e a verba para atendê-la é um trabalho fundamental dos titulares de cada área.

A gravação normalmente inicia-se pelas cenas feitas em locação, e normalmente se inicia pelos capítulos da segunda semana de exibição para que o elenco esteja melhor preparado ou “aquecido” quando for gravar os primeiros capítulos. No caso de uma obra fechada, a gravação começa pelo que fica pronto primeiro, e isso é uma negociação feita com produção, direção, divisão industrial e cenografia. A direção pode preferir começar a gravar por determinado núcleo de personagens que implicam em um determinado cenário estar pronto para a gravação, neste caso, esta solicitação deve ser feita com antecedência para que o cenário possa ser produzido com prioridade. Quando há algumas demandas específicas de outros departamentos, eles também são consultados para que a cena seja roteirizada; por exemplo um acidente de carro, ou um casamento, o figurino, a produção de arte e a equipe de efeitos especiais são consultadas, pois para essas gravações o vestido da noiva precisa estar pronto e o carro também.

Durante a estreia de um cenário, o cenógrafo titular normalmente fica ao lado do diretor na *switcher* ou no monitor tal qual um diretor de arte, e o assistente fica dentro do *set* próximo a cena junto com os contrarregras. Como não há rádio para toda a equipe, a comunicação deve se dar através do assistente de estúdio, ou na indelicadeza do talkback, quando a direção fala alto no microfone para todo mundo ouvir. No caso de séries e seriados que o diretor acompanha a gravação de dentro do estúdio, o cenógrafo fica ao lado dele, e o assistente atrás, todos prestando atenção no monitor para ver o que está sendo filmado, um monitor para cada câmera, e um grande que mostra o corte que está sendo feito. Geralmente faz-se um ensaio a frio com os atores e outro com câmera antes de gravar, o que dá tempo para todos da equipe fazerem os ajustes necessários para que tudo esteja perfeito para o momento em que a cena possa acontecer e não precise ser repetida. Pense na hipótese de alguém da equipe da cenografia interromper a gravação para arrumar a cortina numa cena de

briga ou de choro, em que o ator precisa de toda a concentração possível para entrar na emoção da personagem; certamente essa pessoa não estaria mais na equipe no dia seguinte.

3.2.4. GRAVAÇÃO E CONTINUIDADE



Nas novelas e seriados que são obras abertas, geralmente as semanas de pré-produção e de produção são pequenas com relação ao número de semanas de gravação, e no período que chamamos de continuidade, essas etapas se repetem, com menor intensidade, porém com constância. Os capítulos ou episódios vão chegando a cada semana ou diariamente dependendo do autor, Manoel Carlos era conhecido por só enviar o capítulo na antevéspera da veiculação pois gostava de trabalhar com os últimos acontecimentos reais do mundo. Normalmente em novelas os capítulos vêm em blocos de 6 capítulos, e em seriados, normalmente vem um a cada semana, ou dois a cada duas semanas, e a cada entrega agenda-se uma reunião de leitura para que dúvidas sejam esclarecidas para que cada equipe artística inicie seu trabalho. Já nas obras fechadas como as séries, é possível produzir a maior parte do texto antes do início das gravações.

Esta etapa de trabalho se chama continuidade pois o programa já estreou e já se consolidou na tela de muitos espectadores. A maioria das personagens já foram apresentadas

ao público, já foram aceitas ou não, o conceito geral já foi definido e os cenários já foram implantados. A equipe de cenografia é reduzida substancialmente pois o trabalho de projeto e montagem da implantação de um produto requer um número maior de profissionais do que a continuidade. O cenógrafo e principalmente o cenógrafo assistente precisa, nesta etapa, fiscalizar o acabamento dos cenários – que precisa manter a mesma qualidade da estreia - e cobrar pela manutenção dos mesmos, que precisa ser feita pela divisão industrial. Alguns itens precisarão ser repostos ou reparados por conta de mau uso, transporte ou armazenamento, e a continuidade dos cenários precisa ser respeitada, pois nem sempre um mesmo capítulo é gravado na mesma diária ou até mesmo na mesma semana.

A responsabilidade de manutenção da continuidade não é do departamento da cenografia embora este deva fiscalizar e sinalizar. A responsabilidade é da divisão industrial, na figura central do cenotécnico e do supervisor de contrarregras. Eles devem encaminhar as necessidades para o analista, que deve orçar, encaminhar o orçamento para o gerente de projeto, que informa ao cenógrafo e aprova com o gerente de produção. Se este trabalho não é feito, a direção geralmente reclama com o cenógrafo do péssimo acabamento do cenário, e este cobra do gerente de projetos, que diz o gerente de produção não aprovou, e o acabamento do cenário pode continuar péssimo até que o jogo de empurra-empurra conclua-se.

O setor de suprimentos é acionado para efetuar as compras necessárias: no caso de reposição de alguma peça, objeto, etc.; caso o texto demande a compra de algo novo, desde figurino, objetos, alimentação de cena, carro, até móveis e objetos novos para os cenários novos; flores, plantas, ou seja: tudo o que precisa ser comprado e repostado.

A leitura dos blocos ou dos capítulos ou episódios é importante pois é através delas que se sabe se alguma adaptação no cenário de continuidade deverá ser feita para atender a alguma demanda do texto, assim como também se descobre se há necessidade de se construir um cenário novo. O cenário novo precisa ser avaliado quanto a sua importância, números de cenas, se é temporário ou se vai durar alguns meses no ar para que se avalie se ele deverá ser construído, emprestado, adaptado com um *playmobil* de peças existentes, pois todos esses fatores determinam o orçamento do mesmo, que deve entrar na meta de gastos semanais de um programa de continuidade.

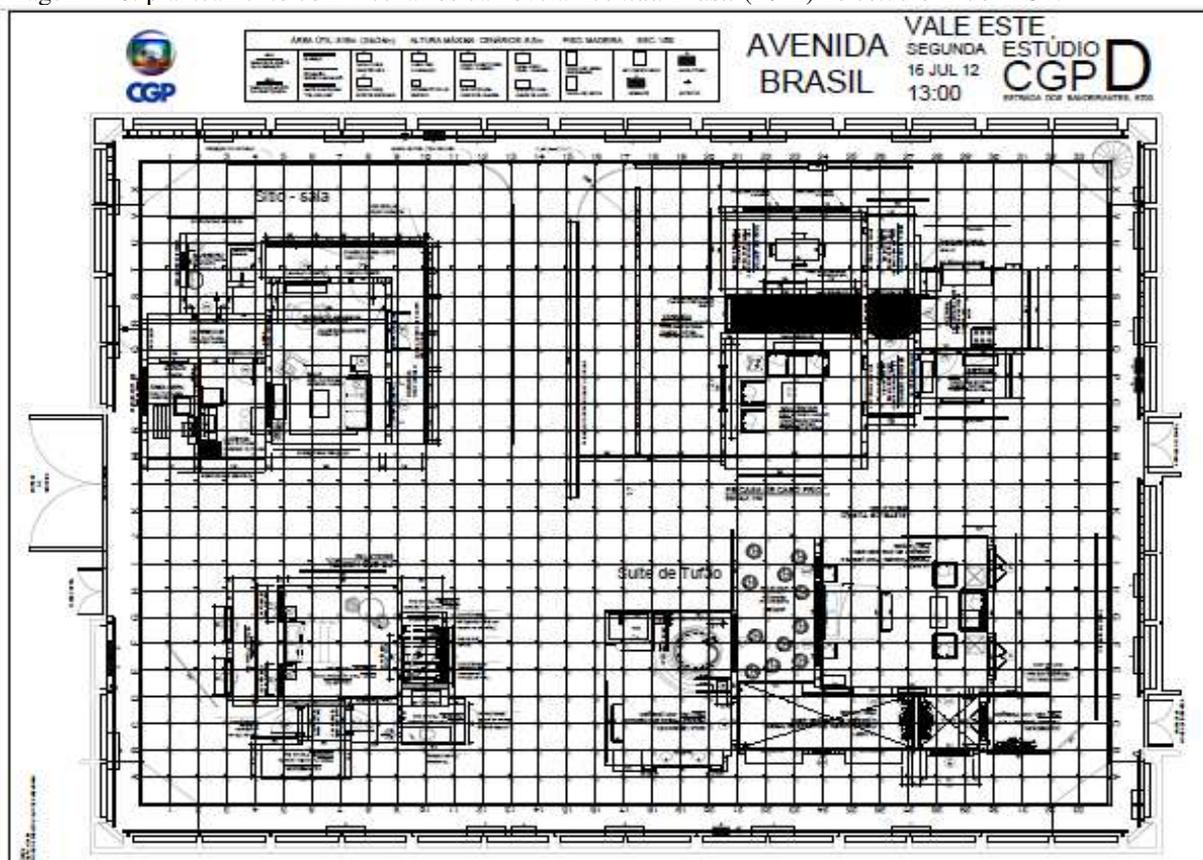
As reuniões de leitura normalmente são feitas com todos os titulares das equipes, é onde se decide - muito rapidamente - o conceito das novas cenas, o que deverá ser feito, o que fica sobre responsabilidade de qual departamento. As cenas mais complexas como acidentes,

casamentos, incêndios, demandam reuniões separadas sobre o assunto e somente com as equipes que estarão diretamente envolvidas.

Nesta etapa da continuidade há uma constância na participação de cada departamento e em especial da cenografia na concepção do roteiro. Por possuir o maior orçamento e ser responsável por entregas que demandam maior prazo para execução, a produção sempre pergunta para a cenografia qual é a melhor ordem de gravação, se tal ou tal cenário já estarão prontos para a gravação. Portanto a cenografia participa ativamente da confecção do roteiro.

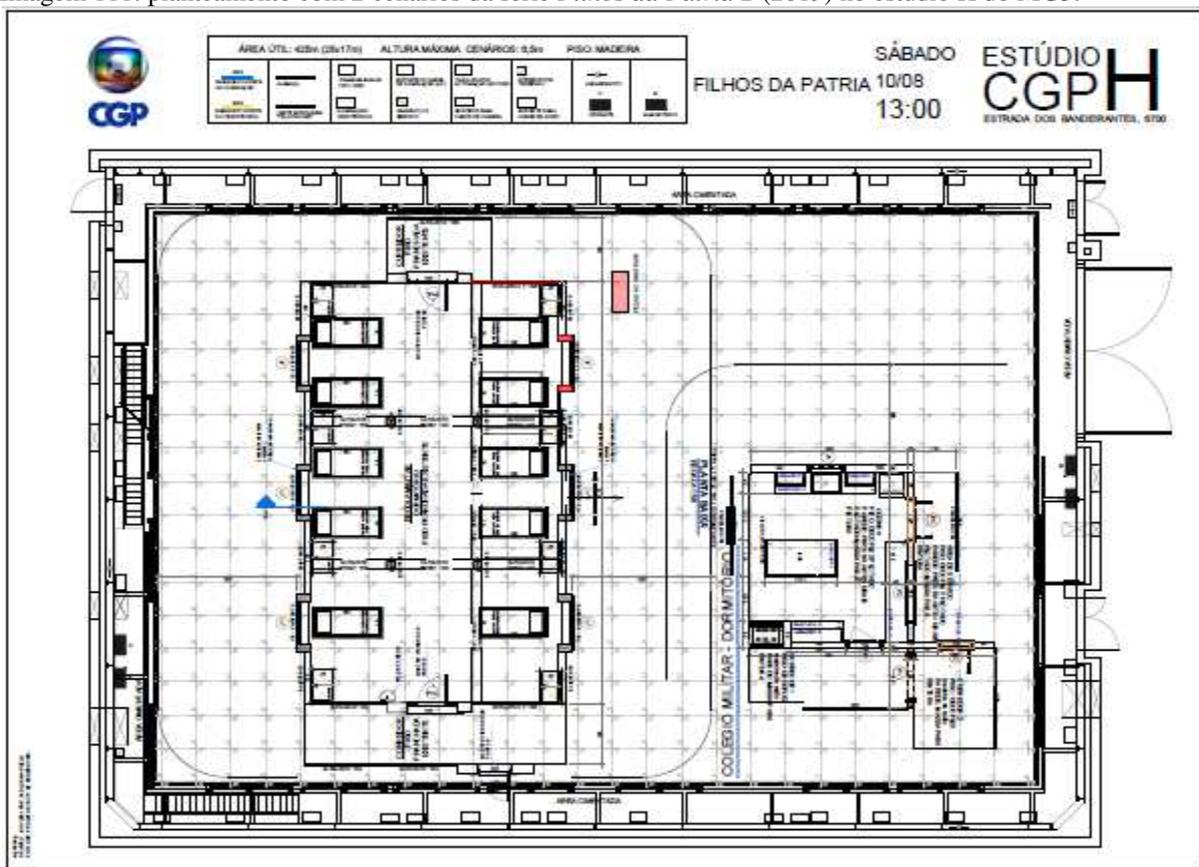
Mesmo com todos os cenários prontos, a cenografia também precisa ser consultada para fechar os roteiros de estúdio, pois somente através do planteamento é possível saber se o estúdio de gravação comporta todos os cenários que a produção precisa roteirizar para que o episódio ou o capítulo possa ir ao ar. O planteamento dos cenários no estúdio deve respeitar as regras de segurança, as exigências técnicas e ainda priorizar o conforto da equipe. É um verdadeiro quebra-cabeça, casar os tamanho dos cenários, as quantidade de cenas, a disponibilidade de elenco, etc. Além da divisão industrial, o planteamento feito pela equipe de cenografia é compartilhado para vários departamentos para que seja validado tais como brigada de incêndio, engenharia, elétrica, fotografia, direção, etc.

Imagem 110: planteamento com 4 cenários da novela *Avenida Brasil* (2012) no estúdio D do MG1:



Fonte: arquivo da própria autora

Imagem 111: planteamento com 2 cenários da série *Filhos da Pátria 2* (2019) no estúdio H do MG3:



Fonte: arquivo da própria autora

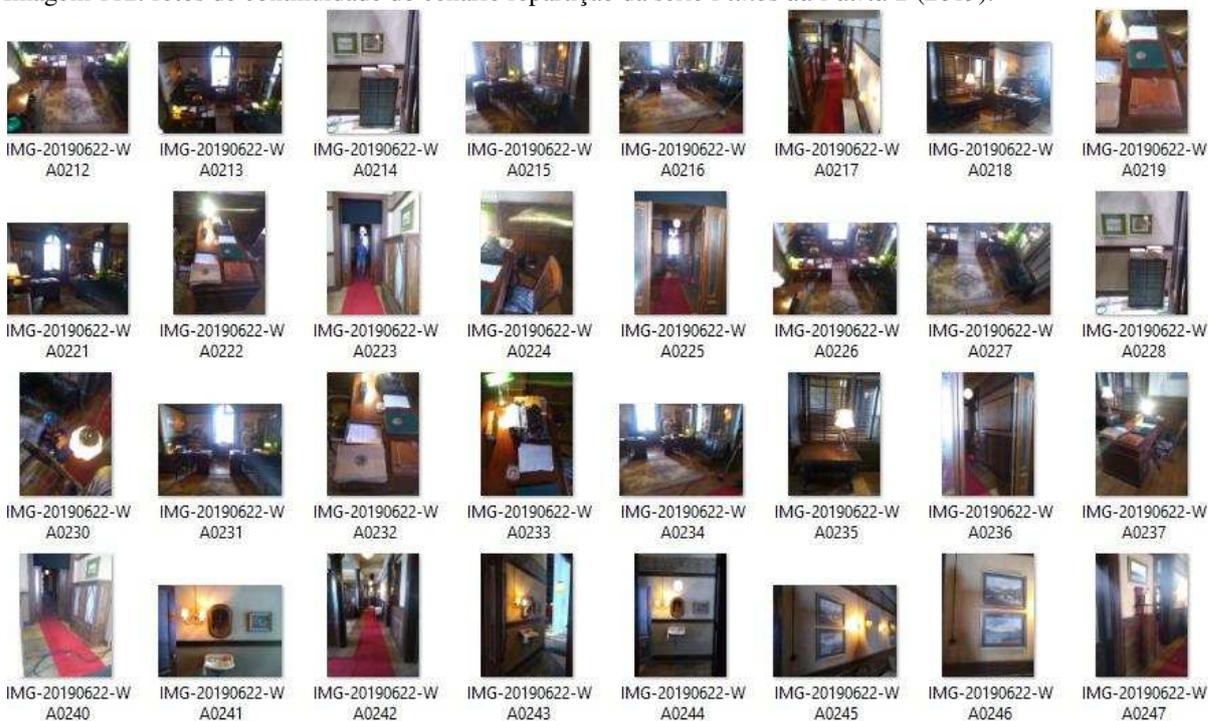
Embora sejam em dois Mgs diferentes, com tamanhos de estúdios diferentes, o primeiro uma obra aberta e o segundo uma obra fechada, o processo de montagem é idêntico, e portanto o formato do processo de criação dos cenários também é muito parecido, pois ambos precisam considerar a montagem, a desmontagem e o armazenamento; além é claro do reaproveitamento de peças de um cenário para o outro para que se faça o famoso *playmobil*.

A equipe da divisão industrial é responsável pela montagem e desmontagem diária dos cenários do estúdio. Tudo começa pelo planteamento. O cenotécnico, em conjunto com a cenografia, tem a responsabilidade compartilhada de verificar se todas as regras foram cumpridas e se todas as peças dos cenários são existentes e estão em boas condições de uso. É ele quem separa e verifica com o almoxarife de peças cenográficas todos os itens do cenário para que este seja montado adequadamente. O cenotécnico também verifica se precisa de alguma reposição para passar para o analista, ele calcula e retira da *DISUP* a quantidade necessária de material para a montagem como tinta, sarrafo, compensado, fita, grampo, prego, martelo, etc. O cenotécnico coordena a equipe de montagem chamada de maquinaria, termo herdado do teatro, e delega as tarefas e os tempos para que cada grupo de profissionais as execute. O supervisor de contrarregras coordena a montagem dos móveis e adereços com a

equipe de contrarregras de montagem. Também fica sob sua responsabilidade prever as reposições necessárias dos materiais de montagem e de móveis e adereços que possam ter sido extraviados. No dia da estreia do cenário ele é responsável por fotografar os cenários para que possa ser montado e remontado inúmeras vezes dentro da continuidade.

Um mesmo cenário possui inúmeras fotos de continuidade, desde fotos gerais para a localização dos móveis, quanto fotos de pequenos detalhes através das quais os contrarregras de montagem conseguem posicionar móveis e objetos.

Imagem 112: fotos de continuidade do cenário repartição da série *Filhos da Pátria 2* (2019).



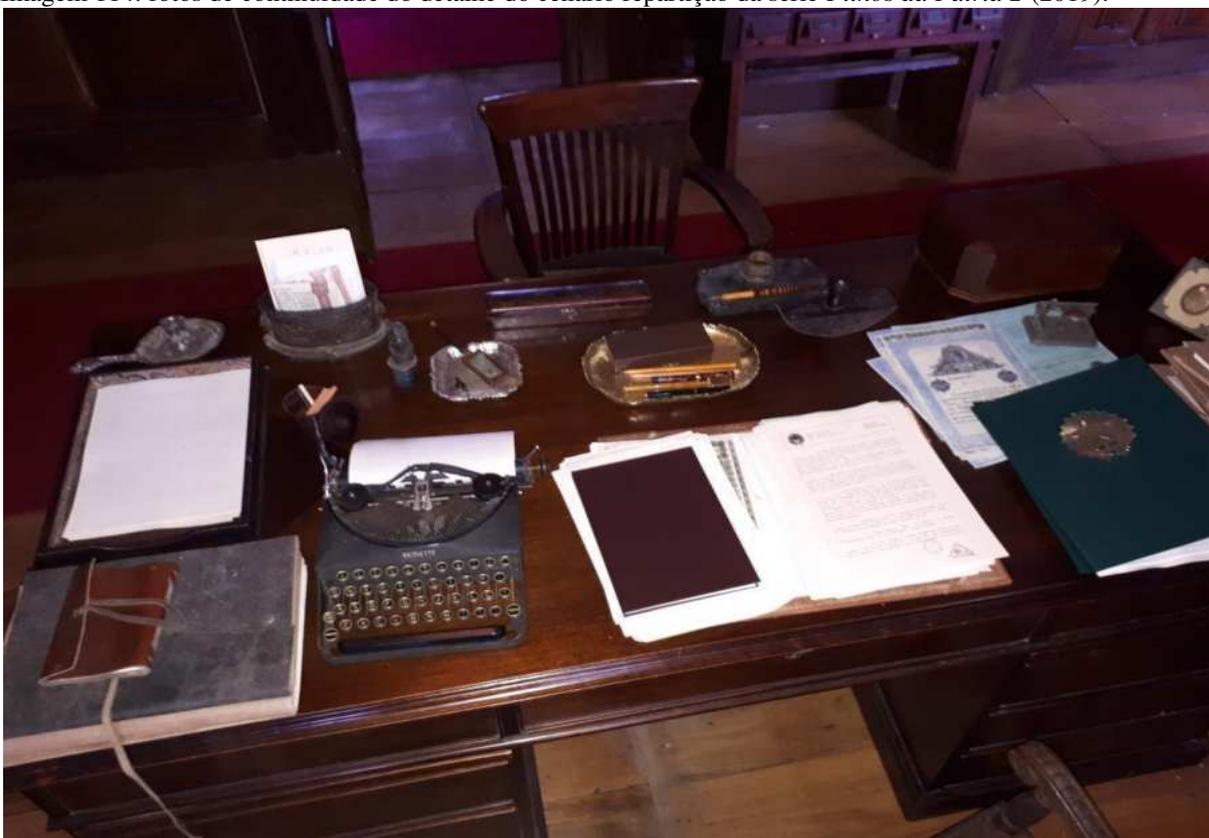
Fonte: print screen da tela do computador da autora com as fotos de continuidade do cenário.

Imagem 113: fotos de continuidade do conjunto do cenário repartição da série *Filhos da Pátria 2* (2019).



Fonte: foto de continuidade do cenário feita pelo supervisor de montagem.

Imagem 114: fotos de continuidade do detalhe do cenário repartição da série *Filhos da Pátria 2* (2019).



Fonte: foto de continuidade do cenário feita pelo supervisor de montagem.

Quando num dia de gravação há somente cenários de continuidade dentro do estúdio, a equipe de cenografia pode chegar no estúdio apenas para fiscalizar se tudo está de acordo com a continuidade de cenário: acabamento, montagem, etc. A cenografia pode fazer alguns ajustes na montagem, verificar se o cenário está pronto para receber as cenas roteirizadas para aquela diária. Nesta diária a cenografia não acompanha a gravação, quem acompanha é a equipe de produção de arte como já explicado anteriormente quando descrevi o papel de cada equipe. No caso de haver algum cenário novo roteirizado, ou alguma demanda de modificação do cenário a pedido da direção ou do texto, o processo se dá exatamente da mesma maneira do que na etapa de produção.

3.2.5. DESPRODUÇÃO



A desprodução de um programa é feita por uma equipe bem reduzida de cenógrafos assistentes, esses ficam somente com a responsabilidade de salvar os arquivos dos projetos dos cenários e suas artes para enviá-los ao departamento da memória da criação. Este departamento é responsável por armazenar e catalogar toda a produção gráfica em mídias digitais dos cenários para deixá-la à disposição da empresa. O acervo funciona como um

banco de projetos, um banco de imagens e artes gráficas, pois toda a produção criativa é de propriedade da empresa e não do profissional que a criou e executou.

A equipe da divisão industrial fica encarregada de todo o trabalho de desprodução dos cenários: triagem das peças para descarte e reaproveitamento; levantamento das peças cenográficas com fotografias, análise do estado geral e dimensões; devolução de móveis e objetos de aluguel; devolução de móveis e objetos para o acervo de móveis e objetos; fotografar e disponibilizar essas fotos e materiais para os possíveis programas que irão herdar o acervo e os cenários, pois todos os cenários viram herança para os novos programas que virão a seguir. A divisão industrial também é responsável por fechar o orçamento, devolver a sobra do orçamento para o caixa da empresa, ou responder caso haja algum débito de construção. Já o suprimentos deve acompanhar as devoluções, fechar o orçamento das compras e quitar todas as dívidas com os fornecedores.

O processo de trabalho na TV Globo que inclui a fragmentação em diferentes departamentos, a estruturação das atividades em diversas etapas e a obrigatoriedade de se trilhar caminhos por vezes excessivamente burocráticos, embora muito controverso pois, para alguns, pois aliena o trabalho impedindo-o de ser artístico e autoral; também se torna capaz de atender a alta demanda sem infringir leis trabalhistas, e comparativamente ao mercado proporciona mais qualidade de vida aos profissionais e a possibilidade da dedicação maior do criador ao tempo de criação.

3.3. AFINAL, EXISTE DIREÇÃO DE ARTE NA TV? –

O tripé com 5 pés da criação.

Neste capítulo trataremos das definições, origens e territórios que abrangem a direção de arte. Como a questão principal do trabalho é compreender o lugar da direção de arte e da cenografia na concepção do espaço cênico visual na TV Globo, torna-se fundamental mergulhar nesses conceitos e em suas origens tendo como premissa básica o fato de que raramente existiu no período deste estudo - 2000 a 2020 - a presença de um diretor de arte nas equipes de produção da TV Globo ou de alguém que exercesse de fato este papel da maneira como conhecemos nas equipes de cinema.

No capítulo 3.1 e 3.2 ao descrever as equipes e suas etapas de trabalho, foi abordado como as práticas e processos específicos da TV Globo derivados do modo de produção industrial afetam a configuração do tripé artístico comumente formado no cinema brasileiro pela direção, direção de fotografia e direção de arte. Cabe agora neste capítulo aprofundar estes conceitos e abordar como surge esta configuração de equipe tão singular, compreender como a produção de arte, a cenografia e a direção de arte se diferenciam em atribuições das equipes do cinema e de outras produções audiovisuais feitas fora da emissora e fundamentalmente, como esta especificidade interfere na linguagem cênica.

Existe uma pluralidade de denominações do profissional que lidera o que podemos chamar genericamente de departamento de Arte: *Production designer*, diretor de arte, *chef décorateur*, etc. Além do título há uma diferença de responsabilidades atribuídas a cada uma destas funções em diferentes países, assim como o exercício da profissão muda dependendo do tipo de espetáculo onde este departamento está inserido, seja no teatro, televisão, carnaval, cinema, audiovisual, show, exposição, etc.; cada uma dessas manifestações apresenta sua própria estrutura e dinâmica de trabalho.

É necessário pontuar também que há ainda uma diferença entre funções atribuídas ao diretor de arte e membros de sua equipe quando se trata de cinema e quando se trata de televisão, (...). Poderíamos dizer que, comumente, em televisão a função de diretor de arte nem existe. Justamente porque não existe tal como ela é exercida no cinema, seu meio de origem. (BASSI, 2015, p.38)

3.3.1. O QUE É DIREÇÃO DE ARTE? QUAL O SEU TERRITÓRIO?

De maneira abrangente, porém específica ao audiovisual, a direção de arte é entendida como responsável por aquilo que é visto na tela pelo espectador, tendo como objetivo dar materialidade sensível para o roteiro, capaz de transformar palavras em imagens moventes, doar a visualidade para o olhar do espectador. Olhar aqui entendido conforme descreve Elizabeth Motta Jacob no livro *Dimensões da direção de arte na experiência audiovisual*:

Olhar não é um ato simples; ele revela, na verdade, profundas dimensões que estão para além da percepção e da decodificação dos estímulos luminosos. Olhar provoca emoções, sensações, memórias e afetos, sendo portanto, um campo perceptivo amplo que provoca respostas subjetivas, objetivas e sensorio-motoras no observador. (JACOB, 2023, p.65)

Para JACOB a direção de arte no audiovisual “é o campo da *mise-en-scène* cinematográfica que estrutura o espaço cênico e a caracterização das personagens. Para tanto ela se empenhará em conceituar, detalhar e materializar o que fica em frente à câmera.” (JACOB, 2023, p.66). Vera Hambúrguer, em seu livro *Arte em Cena, A direção de arte no cinema brasileiro*, quando fala de direção de arte no cinema brasileiro, refere-se:

(...) à concepção do ambiente plástico de um filme, compreendendo que este é composto tanto pelas características formais do espaço e objetos quanto pela caracterização das figuras em cena. A partir do roteiro, o diretor de arte baliza as escolhas sobre a arquitetura e os demais elementos cênicos, delineando e orientando os trabalhos de cenografia, figurino, maquiagem e efeitos especiais. Colabora, assim, em conjunto com o diretor e o diretor de fotografia, na criação de atmosferas particulares a cada momento do filme e na impressão de significados visuais que extrapolam a narrativa. (HAMBURGUER, 2014, p. 18).

Elizabeth Jacob, em sua dissertação de mestrado coloca que o trabalho da direção de arte como elemento de estruturação da imagem no cinema é recente:

Por muito tempo o trabalho desta equipe foi entendido por seus aspectos decorativos, ficando o trabalho de construção da imagem cinematográfica deslocados para outros departamentos tais como a fotografia ou Direção. Esta percepção da Direção de Arte tende a destacar os aspectos decorativos do trabalho plástico, deixando à margem a importância conceitual e dramática do mesmo. (JACOB, 2006, p.49)

Seguindo com as investigação a respeito das definições sobre direção de arte, Vincent Lobrutto desenvolve as atribuições da nova função afirmando que:

O *production designer* investiga o mundo em que o filme se passa para estabelecer um senso de autenticidade. Ele deve interpretar e transformar as histórias,

personagens e temas da narrativa em imagens que abrangem arquitetura, decoração, espaço físico, tonalidade e textura. Os production designers usam esboços, ilustrações, fotografias, modelos e detalhados storyboards para planejar cada plano, do menor ao maior detalhe. Os production designers são os chefes do departamento de arte, gerenciando uma equipe criativa que inclui diretores de arte, decoradores, responsáveis por objetos de cena, pintores, carpinteiros, artesãos e outros profissionais especializados. (LOBRUTTO, 2002 p. 2)

Vera Bungarten por sua vez define o diretor de arte como aquele que:

Concebe e constrói os espaços, define as cores, as formas, as texturas do cenário, dos objetos, do figurino e da maquiagem. Com isso determina o estilo, a época, o modus vivendi dos personagens, construindo assim um perfil social e psicológico destes. Em comum acordo com o diretor e em colaboração com o diretor de fotografia, determina a estética e a atmosfera subjetiva da imagem fílmica. (BUNGARTEN, 2013, p.104)

Com relação às atribuições desta função, “o papel da Direção de Arte, (...) é o de criar para o filme uma imagem visual expressiva, carregada de valores plásticos abrangendo os espaços construídos, e a caracterização dos personagens” (JACOB, 2013, p.51). Jacob aponta ainda:

A direção de Arte engloba os campos de trabalho que no cinema conceituam, realizam e apresentam soluções plásticas capazes de atender as demandas estéticas do filme. São elas: figurino, cenografia, caracterização, e em alguns casos, efeitos especiais. A necessidade de concentrar estas áreas sob uma gerência comum reflete as exigências de unidade e coerência visual do filme. (JACOB, 2013, p.51).

O diretor da arte é, portanto, segundo o conjunto dessas definições, o grande maestro cuja regência de diferentes campos de trabalho, possibilita a sintonia do espaço cênico com as demais áreas do filme: a narrativa, a fotografia, a atuação, a direção; buscando transmitir os mesmos conceitos e história e apresentando uma unidade plástica. Portanto, devido suas habilidades técnicas, conceituais e estéticas, o diretor de arte é um profissional integrado com as demais equipes, colaborando com a construção da visualidade do filme.

A direção de arte estrutura um conjunto plástico cuja materialidade escapa no momento da projeção, sendo transformada em imagem fotográfica. Por suas especificidades técnicas, conceituais e estéticas, a Direção de Arte cria a base material da visualidade da imagem que será valorizado pela luz, pela decupagem, pelo registro efetuado pela câmera, pela montagem e pelo som. (JACOB, 2006, p. 62)

Através da reelaboração dos sentidos e do resgate de memórias individuais, a direção de arte está a serviço do filme para despertar sentimentos, sensações, memórias e afetos nos espectadores de forma subliminar ao se incorporar a narrativa, ela está a serviço da experiência estética que permeia a imersão do espectador em um lugar-visual significativa Segundo Jacob: “Devemos entender que a direção de arte através da criação de lugares pode

organizar um sistema de produção de sentido”. (JACOB, 2006, p.65). Conclui-se que atualmente a direção de arte tornou-se um elemento dramático fundamental na criação da visualidade do filme e dos produtos audiovisuais, base estruturante do trabalho do diretor de fotografia, da direção e dos atores.

Com relação a importância do diálogo da direção de arte com a fotografia para a realização da obra final de audiovisual, Butruce escreve:

(...) é preciso ressaltar que a direção de arte visa a criação de um espaço cênico como forma de mediar o verdadeiro objetivo, que é a obtenção de uma imagem final fotográfica em movimento, ou seja, uma visualidade. As formas, volumes, massas, profundidades, texturas e outros aspectos constituintes da criação de um cenário perderão suas características iminentes durante o ato da filmagem e se converterão ao fim em pura visualidade por ocasião do filme montado e projetado, participando neste momento apenas como elemento intrinsecamente fotográfico (...) (BUTRUCÉ, 2005, p. 06).

Pesquisando a origem da função e da nomenclatura, o termo *production designer* surge no cinema sendo atribuído pela primeira vez a William Cameron Menzies, nos créditos do filme *E o vento levou* (1938) do diretor Victor Fleming, quando houve uma compreensão que Menzies fez mais do que a criação de cenários e objetos:

Selznick (produtor de *E o vento levou*) reconheceu que Menzies fez muito mais que desenhar os cenários e a decoração; ele criou um projeto para fotografar todas as imagens do storyboard do filme. Em sua visualização detalhada incorporou cores e estilo em cada cena de *Gone with the Wind*, abrangendo enquadramentos, composições e movimentos de câmera para cada plano no filme épico. A contribuição de Menzies promoveu a expansão da função do diretor de arte para além da criação de cenários e paisagens, incluindo a responsabilidade sobre a visualização de uma imagem em movimento. Como resultado de sua visão extraordinária, William Cameron Menzies é reconhecido como o pai do termo *production design*. (LOBRUTTO, 2002, p. 1)

Apesar de Hamburger citar que no Brasil a figura do diretor de arte começou a surgir nos anos 70 com os cenógrafos Flávio Império, Luis Carlos Ripper e Regis Monteiro, e afirmar que somente em 1985 Clovis Bueno recebeu tal crédito no filme *O Beijo da Mulher Aranha* de Hector Babenco (HAMBURGUER, 2014, p.19); verifica-se que Luiz Carlos Ripper em 1968 no filme *El Justiceiro* de Nelson Pereira dos Santos recebeu o crédito de direção de arte como relata Jacob (2006) em sua dissertação de mestrado.

Imagem 115: créditos finais do filme *El Justiceiro* (1968) onde consta o nome de Luiz Carlos Ripper como diretor de arte.



Fonte: *print screen* da tela do youtube do filme *El Justiceiro* de Nelson Pereira dos Santos:

Contrapondo a periodicidade da origem do diretor de arte no cinema brasileiro com a história da TV, verifica-se que essas transformações aconteceram concomitantes à contratação do “famigerado tripé” que passou a construir a TV Globo que se conhece atualmente. Portanto, em paralelo a efetivação do cargo de diretor de arte no cinema, aconteceu a consolidação do padrão de qualidade, da pesquisa de opinião pública, da grade de programação e principalmente se deu enquanto a empresa estruturou e configurou o modo de trabalho industrial para atender sua própria demanda de produção e exibição. A direção de arte começa a se estruturar enquanto tal no cinema ao mesmo tempo em que a divisão dos departamentos de arte e criação da TV Globo - em cenografia, produção de arte e figurino - se consolidava ainda baseado na distribuição de equipes existente no teatro, e principalmente nas demandas de um fazer que começava a se entender enquanto tal no próprio fazer. Neste processo a função de diretor de arte não foi estabelecida efetivamente, optou-se por não atribuir a um único alguém a missão de compor o espaço visual em sua totalidade, descentralizou-se a gerência da equipe que materializa visualmente um programa de televisão em vários outros departamentos e gerências, fragmentou-se a composição do espaço cênico visual tanto na sua idealização quanto na sua construção.

Pode-se imaginar que uma das razões da divisão de equipes ter se estabelecido desta maneira é que a função de direção de arte tem sua origem no cinema, porém o modo de

trabalho na televisão não surge a partir do cinema, ele surge no rádio, no teatro e no circo. A TV vem se alimentar da fonte cinematográfica somente a partir da consolidação da tecnologia do videotape (1958), quando deixou de ser “ao vivo” e na TV Globo, a partir da entrada de Daniel Filho como produtor geral da dramaturgia na década de 70. O cinema foi neste início fonte de inspiração artística, mas não do modelo de trabalho que deveria atender a uma programação plural incluindo uma infinidade de programas “ao vivo”.

O que se pode afirmar é que não fez parte da cultura Globo de trabalho ter um único alguém com cargo e função de tamanha responsabilidade, importância e influência. As atribuições destinadas ao cargo de diretor de arte no cinema foram, na TV Globo, distribuídas em diferentes funções, resultando na ausência de alguém que exercesse de fato esta função dentro da estrutura organizacional da empresa. Este alguém foi substituído pelo modo industrial de trabalho, pela fragmentação do poder para que o controle gerencial das equipes fosse mais efetivo, e finalmente pelo padrão de qualidade que estabeleceu regras e diretrizes implícitas de criação estética e visual.

Mário Monteiro, o cenógrafo creditado na TV Globo como diretor de arte e entrevistado na tese de Moura, fala sobre a dificuldade de se manter a unidade visual de uma novela e de fato exercer a função de diretor de arte do início ao fim do projeto em função basicamente da forte demanda por novos produtos que o impedem de ficar até o final, alta velocidade de produção ou seja, alta demanda de produtividade e pelo fato de novelas serem obras abertas que dependem da audiência e podem ser modificadas caso o retorno não seja o esperado.

(Em novela) É impossível você fazer um trabalho que permaneça, porque são 200 e tantos capítulos. E aqueles capítulos vão navegando ao sabor da audiência... então é difícil numa obra aberta, assim, você criar uma unidade pro teu trabalho. No início da novela, a gente acompanha, depois acaba diluindo. O diretor de arte e o diretor de fotografia só fazem os 20 primeiros capítulos, ou 30. Depois, aquilo são os auxiliares deles que tentam manter. Tentam, porque não conseguem, é claro.

Na minissérie dá (pra fazer um trabalho de direção de arte como no cinema). Porque a minissérie é um trabalho fechado. Então geralmente dá para você produzir uma coisa muito mais elaborada, muito mais pensada... Você não tem que fazer a coisa da noite pro dia. Amanhã eu tenho que entregar 5 cenários! (pra novela) Entendeu? Pronto.

Eu faço em média umas 4 novelas por ano. Em uma novela, você tem uns 80 quartos, 80 camas, 80 cômodas, 80 banheiros... Pra você criar uma diversidade entre um e outro é difícil! No mercado mesmo, de decoração, de arquitetura, de tudo, de móveis, você não consegue essa renovação. Então, se você faz 4 novelas num ano, você multiplica por 80, são 320 quartos que você tem que fazer! São 320 camas que tem que ter, cada uma, uma identidade! É um processo complicado de criação e é um processo que você tem que estar permanentemente pesquisando, observando, fotografando.

Porque na realidade o que falta aqui é tempo. (...) As vezes, a pessoa, por causa do ritmo de trabalho, não tem tempo nem de discutir isso. (...) A própria velocidade os

obriga a trabalhar diferente. Você tem que sintetizar tudo. (MONTEIRO, apud MOURA, 2015, p.411)

Neste depoimento fica claro a força do modo de produção industrial comandando a criação para que a máquina não pare de funcionar para que a programação não deixe de ir ao ar. O show não pode parar.

3.3.2. O QUE É CENOGRAFIA? QUAL O SEU TERRITÓRIO?

Para iniciar a reflexão sobre as definições sobre cenografia, é necessário pensar sua origem: o Espetáculo. Entendido como tudo aquilo que se oferece ao olhar, o termo “Aplica-se a todas as formas de artes da representação que estabelecem a relação cena-espectador: dança, ópera, cinema, teatro, circo.” (PAVIS, 1947, p. 141). Incluo nesta lista: teatro de rua, carnaval, audiovisual, televisão, performance, apresentação de música como concerto, show, etc. A tríade de qualquer espetáculo, independentemente do seu meio de apresentação, é o Ator, o Texto e o Público. Mas essa tríade está onde? Todo acontecimento “tem lugar”, ou seja, só existe enquanto tal na presença que se dá inevitavelmente no espaço. Segundo o filósofo Martin Heidegger, o ser só é enquanto habita “Habitar é, porém, o traço fundamental do ser de acordo com o qual os mortais são” (HEIDEGGER, 2002, p. 140). O homem só encontra sua morada quando reconhece o Mundo e enquanto nele habita. Mundo entendido aqui conforme conceito do mesmo filósofo onde o “mundo é o sempre inobjectal a que estamos submetidos enquanto os caminhos do nascimento e da morte, da benção e da maldição nos mantiverem lançados no Ser.” (HEIDEGGER, 2004, p.35). ainda sobre o conceito de habitar, e do ser somente ganhar existência enquanto está num lugar e nele se reconhece, o filósofo diz: “A maneira como tu és, e eu sou, o modo segundo o qual somos homens sobre esta terra é o habitar”. (HEIDEGGER, 2002, p.127). Provocar esse reconhecimento é a missão do espaço cênico que se doa para a expressão do espetáculo

Define-se o espaço cênico como palco, ou área de atuação, como o lugar onde é apresentado o espetáculo e também onde se estabelece a relação entre o ator e o espectador. “É o espaço real do palco onde evoluem os atores, quer eles se restrinjam ao espaço propriamente dito da área cênica, quer evoluam no meio do público.” (PAVIS, 1947, p.132)

O cenógrafo Gianni Ratto escreve que o espaço cênico se constitui como a “atmosfera que atua no espetáculo de forma sensorialmente dramática”. (RATTO, 1999, p.19). Independentemente de qual ambiente o espetáculo seja apresentado: rua, praça, galpão,

teatro, estádio, sala de cinema, tela de televisão ou de celular; o espaço cênico é composto pelo lugar onde atua o ator e acontece a cena - do grego *skenê*: área de atuação - e pelo lugar do espectador que observa e é afetado por aquilo que vê. Esses dois lugares se embrenham, se misturam e se contaminam.

A Cenografia, do grego: *skenêgraphia* é etimologicamente o desenho da cena, podendo ser interpretada como a escritura do espaço dramático. A dramatização do espaço é sempre completada pela ação durante um determinado tempo, o que torna a cenografia como a arte do acontecimento cuja existência é dependente da presença pois conjuga espaço, tempo e ação para provocar sentido. A cenografia é aproximação plástica, morfológica e cênica da complexidade da ação de um corpo num determinado tempo no espaço, deve ser vista como a materialização desse espaço imaginário que, aparentemente vazio, será preenchido por gritos, gemidos, risos e gestos. O cenógrafo é, portanto, um colaborador que participa da conceituação do espaço da ação do personagem num determinado tempo no espaço.

Seguem abaixo alguns conceitos e definições de cenografia:

“Cenografia é uma arte do lugar colocando em jogo o espaço e o tempo a fim de servir a uma ação. É antes de tudo, a arte do ponto de vista, da presença compartilhada que assegura ao público a revelação viva de uma obra em cena.” (FREYDEFONT 1998, p.---)

“Cenografia é a arte de criar espaços para a dramaturgia e para o olhar do espectador.” (MAZIOUMAN1998, p.--)

“Cenografia é tudo o que é registrado plasticamente em cena.” (DIAS, 1999, p.24)

“Cenografia é a encenação visual do drama.” (SVOBODA, apud MANTOVANI, 1989, p.81)

"Cenografia é a dramatização do espaço." (SERRONI, apud HOWARD, 2015, p.19)

"A solução dramática do espaço." (MALINA, apud HOWARD, 2015, p.20)

"A transformação do drama em um sistema de signos visuais." (MANOLEDÁKI, apud HOWARD, 2015, p.21)

"A poética visual do espetáculo." (PANTOUVAKI, apud HOWARD, 2015, p.21)

"Cenografia é a arte de criar um espaço dinâmico para o espetáculo." (CROLEY, apud HOWARD, 2015, p.22)

"Cenografia é a alquimia dos elementos sensoriais para o espetáculo." (ESTERBERG, apud HOWARD, 2015, p.23)

"O projeto de todos os componentes visuais em um espaço cênico." (YU, apud HOWARD, 2015, p.23)

"Cenografia é o espaço eleito para que nele aconteça o drama ao qual queremos assistir. Portanto, falando de cenografia, poderemos entender tanto o que está contido num espaço quanto o próprio espaço." (RATTO, 1999, p.22)

O que dizem esses conceitos? Ao analisar de um lado os conceitos de direção de arte e do outro de cenografia, percebe-se notáveis semelhanças ao constatar que ambos se definem como a abertura (HEIDEGGER, 1950) de um lugar para a ação de uma personagem num determinado tempo, como a arte capaz de dar materialidade e visualidade para o texto, cuja função é a concepção estética daquilo que se olha (JACOB, 2006). O espaço cênico ganha significado para dramaturgia na presença corpórea do personagem, seja quando o acomoda fisicamente, seja quando serve de palco para a sua existência. A cenografia através da reelaboração dos sentidos e do resgate de memórias individuais, está a serviço da experiência estética que permeia a imersão do espectador em um lugar-visual significante essencial para a constituição do ser no mundo. Se pensarmos que o ser é enquanto habita, uma personagem só adquire corpo enquanto encontra sua morada cênica.

A cenografia sofre transformações ao adaptar-se a cada diferente espaço de representação, embora seja por ele afetada diretamente e no qual para cada singularidade ela adquire características próprias, sua missão de doar o espaço para a cena tornando a experiência da representação completa, permanece inalterada. Do teatro grego, passeando pelos espetáculos deambulatórios da idade média, palco italiano, anfiteatros, espaços multiusos, cinema, televisão, celular, jogos, ambientes virtuais, rua, etc., a mudança de espaço de representação faz parte da história da cenografia ou do que se chama dispositivo cênico. A

capacidade que esta arte do lugar possui de penetrar diferentes espaços, reconhecê-los em suas particularidades e adaptar-se a suas características e necessidades, faz com que seu trânsito pelas diferentes formatações de espaço seja possível.

Inserido neste contexto, foi inevitável que em seus primórdios, a cenografia de televisão, antes de encontrar sua própria linguagem, incorporasse modelos das artes da representação já conhecidas, da mesma forma como no cinema, que em sua origem apropriou-se de elementos visuais do teatro que segundo PAVIS são: Cenografia, Indumentária, Maquiagem e Iluminação.

Estes elementos visuais dialogam entre si provocando interpretações por meio de suas interações e devem contribuir para a representação buscando soluções cênicas, técnicas e estéticas para o espetáculo a partir do texto, da dramaturgia, da direção e do ator. Esses elementos são interdependentes e se complementam, devem estar abertos a mudanças fruto dessas interações que ocorrerão durante o processo de criação. Desta forma a cenografia acontece sempre na integração com os demais elementos que compõem o espetáculo. É preciso que ela se relacione com o espaço, texto, atores, direção, produção, som e especialmente com os demais elementos visuais: a iluminação, com a indumentária e com a maquiagem. É importante que todos os elementos que fazem parte do espetáculo se harmonizem, se algum deles se destaca excepcionalmente, algo está errado. É necessário equilíbrio.

A cenografia, além de todos os outros, foi um dos elementos visuais do espetáculo que a televisão incorporou, porém a transição feita do espaço teatral e cinematográfico para o televisivo não se apresentou tão claramente definida devido à natureza metamórfica desta forma de representação. Nos primeiros anos de televisão vemos a utilização do cenário como no teatro, e a partir da invenção do videotape pouco a pouco podemos perceber sua aproximação com a linguagem cinematográfica. A cenografia se adaptou às particularidades do vídeo e dos formatos televisivos adquirindo características próprias, intimamente relacionadas às demandas do processo de produção, distanciando-se conceitualmente e tecnicamente do teatro e do cinema.

Cenografia não é apenas um signo que denota e conota um ambiente e/ou uma época, ou que informa um espaço, configurando-o: a boa cenografia é a que participa também da ação narrativa, que não é apenas algo externo a ação, decorativamente, mas que se identifica até com o estado psicológico dos personagens ou o ambiente da cena. Como o nome está dizendo, a cenografia é uma escritura da cena, é uma escrita não verbal, icônica, que deve imbricar-se nos demais elementos dramáticos, trágicos ou cômicos. (PIGNATARI, 1984, p.72)

Desta maneira, o espaço cênico televisivo começou a contribuir não só para a cena, mas para definir a identidade visual do programa, de sua emissora, seus conteúdos e gêneros, as modalidades através das quais se comunica com o espectador atribuindo a este um papel a desempenhar, servindo para orientar seus saberes, valores e crenças.

3.3.2.1. UM POUCO DE HISTÓRIA da cenografia na televisão

Para pensar a história da cenografia na TV Globo, ainda que se concentre nas suas especificidades, é necessário relacioná-la com a história da televisão no Brasil e associar este ramo de cenografia a aqueles que o antecederam e influenciaram: rádio, circo, teatro e o cinema.



Como visto detalhadamente no capítulo 2, na primeira metade do séc. XX surge a televisão no Brasil imersa na era do rádio com a inauguração em 1950 da TV Tupi. Inicialmente a estrutura dos primeiros cenários utilizados na televisão, de uma forma geral, se resumia à composição de poucos elementos cênicos oriundos do teatro como: cortinas,

cicloramas; fundo infinito; tapadeiras e outros elementos modulares com a logo do anunciante. Para Cyro del Nero, cenógrafo da TV Excelsior, naquele tempo havia uma inexperiência dos dois lados, a empresarial e a artística. (BURITI, 1996, p.51).

Na primeira novela exibida no Brasil, *Sua Vida Me Pertence*, produzida e exibida pela extinta TV Tupi, foi exibida de 21 de dezembro de 1951 a 8 de fevereiro de 1952, com 15 capítulos de vinte minutos cada que foram apresentados ao vivo duas vezes na semana. A primeira novela diária, *2-5499 Ocupado*, só foi exibida na TV Excelsior em 1963. A novela *Sua Vida Me Pertence*, contou com dois cenários: um reproduzindo um quarto e o outro, um jardim de uma praça. Nestes cenários, não se via o realismo que se observa hoje, devido à precariedade do material utilizado no cenário e às técnicas construtivas. A cenografia era pouco valorizada.

Rubens Barra, cenógrafo da antiga TV Paulista, que mais tarde viria a ser TV Globo, conta que “naquele tempo o cenógrafo era o *arquiteto* de todo o cenário: desenho, construção, e depois o mobiliário, os enfeites, toda a contrarregra. Não havia um departamento que se ocupasse com o cenário, a maquiagem ou o figurino. (BARRA, apud CARDOSO, 2009, p. 34)

Cardoso (2009) afirma que nesta época o cenário praticamente não existia, se baseava em poucos elementos cênicos como uma tapadeira, uma cortina, um ciclorama e móveis e objetos somente quando necessários.

Imagem 116 - foto de divulgação da primeira novela exibida no Brasil Sua Vida Me Pertence com os atores Vida Alves e Walter Forster



Fonte: print screen do site:

<https://gshow.globo.com/novelas/mundo-de-novela/noticia/como-era-a-primeira-novela-exibida-na-tv-que-completa-70-anos-relembre.ghtml>

A especialização das funções, a criação de departamentos como figurino e cenografia, a implantação de um processo de produção na televisão brasileira aconteceram primeiramente com a chegada da TV Excelsior e se consolidaram com a TV Globo a partir do

trabalho dos cenógrafos Cyro Del Nero e Pernambuco de Oliveira. Segundo CARDOSO (2009) a equipe de Pernambuco chegava a montar 10 cenários por dia com um tempo de montagem de no máximo 30min. Como os estúdios eram pequenos, ele “configurou uma carpintaria dentro, em anexo ao próprio estúdio, bem como oficina de adereços, produção de figurinos e, sobretudo, os cenários começaram a ser pensados em *kits* para que se pudesse estabelecer um verdadeiro jogo de armar.” (CARDOSO, 2009, p.36)

As técnicas e materiais utilizados na construção dos cenários da televisão assim como do cinema foram oriundos do teatro. Os elementos constitutivos foram e continuam sendo até hoje o conjunto de tapadeiras, traineis, painéis com portas e janelas, cicloramas, cortinas, praticáveis, escadas e rampas. Na sua grande maioria de sarrafo e compensado, e esporadicamente dependendo da necessidade construtiva de ferro ou metalon.

Com relação ao uso de cores nos cenários, segundo CARDOSO (2009) Pernambuco de Oliveira foi um dos primeiros a aplicar um sistema de equivalência de matizes cromáticas para os tons de cinza. O cenógrafo Cyro Del Nero conta que durante o período onde a televisão era em preto e branco, todo o tempo que estiveram na TV Excelsior, “nós desenhamos mil e uma vezes os cinzas correspondentes das cores em cartões. Era uma preocupação constante, saber o resultado das cores. (...)” (BURIN, 1996, p.52). Nos anos 70 ocorrem as primeiras transmissões em cores que criaram novas oportunidades e desafios para cenógrafos e figurinistas.

O Bem Amado foi a primeira novela da televisão brasileira gravada em cores. No início houve dificuldades técnicas no uso dos novos equipamentos e no ajuste das tonalidades. A atriz Ida Gomes conta que até mesmo a brancura excessiva de suas pernas saturava no vídeo. Emiliano Queiroz não podia usar óculos, porque o reflexo das lentes rasgava a imagem. Ainda no campo da experimentação, e diante das dificuldades de adaptação ao novo sistema, os cenários – criados por Paulo Dunlop – e os figurinos – de Carlos Gil – alternavam cores fortes e exuberantes com tons suaves. (Dicionário da TV Globo, 2003, p.39-40)

Em janeiro de 1973, a novela de Dias Gomes *O Bem Amado*, ambientada na cidade fictícia de Sucupira, transformou-se em referência pelo seu colorido. Daniel Filho conta que “os cenários eram verdadeiras alegorias carnavalescas” (FILHO, 2001, p.255), nesta novela tanto no figurino de Carlos Gil quanto nos cenários de Paulo Dunlop havia uma exuberância cromática que se sustentava no realismo fantástico e se transformou em uma característica que tipificou o tropicalismo na televisão³⁹, assim ou justamente por isso essa telenovela se tornou

³⁹ Tropicalismo ou movimento tropicalista foi um movimento cultural brasileiro da segunda metade da década de 1960. Embora a música fosse sua expressão principal, a Tropicália envolveu outras formas de arte como cinema, teatro e poesia.

um produto de exportação introduzindo o caminho das vendas internacionais para a produção nacional, a “cara” do Brasil começa a ser construída.

Imagem 117: cenário da novela *O Bem Amado* (1973)



Fonte: print screen da novela *O Bem Amado* na plataforma da Globoplay.

Se nos primórdios a televisão brasileira possuía uma dimensão metafórica devido à precariedade, somente a partir das transformações técnicas, com a criação do videotape e “com os recursos possibilitados pelos editores eletrônicos e pelas câmeras portáteis, a televisão vai perdendo as amarras nos anos 60, adquirindo um ritmo mais próximo ao cinema.” (ORTIZ, 1991, p.123). Pouco a pouco a televisão se afasta assim do modo de produção teatral, se aproxima do cinema, e encontra cada vez mais sua própria linguagem, incorporando a tendência de representação do real de uma maneira figurativa.

O cinema, de certa maneira, preparou o terreno para a televisão quando, no final do séc. XIX deu possibilidades para a cenografia que o teatro não permitia: as paisagens reais ou construções humanas poderiam ser cenários com vistas a servir de ambiência para a ação. O cinema conseguiu com facilidade realizar os tipos de efeitos que pareciam impossíveis no teatro, em pouco tempo as câmeras não se mantinham mais presas dentro dos estúdios, cenas rodadas em locações externas eram combinadas com outras encenadas diante de cenários

pintados. A combinação do exterior e do estúdio obrigou os cenógrafos a obterem um realismo maior que no teatro, o efeito real se impôs, em detrimento da estilização. A câmera poderia ocupar posições e se movimentar de uma forma que o olho humano não poderia observar sem este artifício. Neste momento, a cenografia cinematográfica precisou superar em realismo a cenografia teatral, e se constituir para uma diversidade de pontos de vistas que o posicionamento da câmera pôde fornecer.

No teatro realista – de autores como Anton Tchekhov e Máximo Gorki – o ator adquire uma interpretação de baixa teatralidade com o objetivo refletir, da maneira mais clara e simples possível, o drama humano em seus aspectos físicos, psicológicos, espirituais e éticos. Já o ator de cinema e de televisão adquire a possibilidade de formas de interpretação mais sutilmente realistas que se aproximam ao máximo ao efetivo comportamento de um homem vivo nas diversas circunstâncias da vida. A interpretação no cinema e na televisão é criada principalmente pela variedade do comportamento humano em diversas situações. O intimismo da interpretação se espalha para o espaço cênico tendo em vista que realista é diferente de naturalista.

O naturalismo copia os fatos da realidade sem dar-lhes nenhuma generalização. Cria apenas um frio mecanismo sem os vínculos interiores que existem nesses acontecimentos da vida humana, o realismo de uma imagem se aproxima da complexidade do objeto, aprofundando suas particularidades ao mesmo tempo em que o apresenta como parte de um todo. O naturalismo: simplificação, superficialidade, visão apenas do aparente. Realismo: naturalidade, verossimilhança, personagem ao mesmo tempo particular e universal. O sentimento desta personagem é reconhecido por todos como comum à espécie humana. O naturalismo quer parecer real, o realismo quer ser verdadeiro. É preciso imprimir em tudo o que se faz um sentimento de verdade. É preciso buscar a verossimilhança.

Nas palavras do Daniel Filho: “A cenografia foi evoluindo e o acabamento melhorando. Descobrimos um formato que não é uma coisa real, porque a gente está contando uma ficção, mas que tem elementos realistas que tornam aquilo uma verdade”. (FILHO, 2004, p.255). Os cenários foram se aprimorando na busca de parecerem verdadeiros, mesmo em se tratando de realismo fantástico. Na medida em que a TV Globo encontrava sua própria identidade, cujas obras ficcionais precisavam convencer, a história que estava sendo contada assim com as personagens que lá estão presentes precisavam ser possíveis de existir ao lado de quem assiste, torna-se absolutamente necessário que o espectador sentisse proximidade com o que assistia na telinha. A cenografia da TV Globo se torna um instrumento do

melodrama realista onde tudo o que mostra pode acontecer de fato, ela responde a vontade do público de ver a própria face, de ver aquilo que hipoteticamente é. A cenografia, para tanto, procura a verossimilhança e torna-se um paradigma com um conceito a ser perseguido, parte fundamental do Padrão Globo de Qualidade.

Essa característica da cenografia televisiva da dramaturgia da TV Globo leva alguns críticos a associarem o realismo a um cenário de qualidade inferior ou à mera decoração para a cena. Para o cenógrafo José de Anchieta:

A televisão erroneamente ainda usa a classificação de “cenógrafos” para os profissionais que trabalham em suas novelas, não se dando conta de que essa função é mais do arquiteto e do arquiteto de interiores – o decorador – e, portanto, distante do que entendo por cenografia. (ANCHIETA, 2002, p.230)

O termo decorador surge pejorativamente para nomear os profissionais cujos cenários se reduzem a representação da realidade, como se estes não fossem concebidos para a ação de uma personagem, desconsiderando todas as experiências do teatro do fim do séc. XIX.

Polarizar os conceitos de cenário e decoração por meio das oposições entre as formas de representação naturalista e não-naturalista é um modo muito simplista de observar as diversas faces do cenário como forma de representação. Da mesma forma, comparar sistemas tão distintos como são o teatro e a TV, é limitar os potenciais desse tipo de linguagem e suas múltiplas variações. (CARDOSO, 2009, p.22)

Segundo Cardoso, os espaços criados pelos arquitetos e designers de interiores são feitos para que as pessoas lá permaneçam, trabalhem, efetuem suas atividades cotidianas, vivam. Porém, diferentemente do cenário que existe somente enquanto tal no momento da encenação, estes espaços permanecem mesmo sem a ocupação humana. Para Décio Pignatari, tanto no teatro, como no cinema ou na televisão; há uma cenografia viva e há uma cenografia morta. Ao mesmo tempo em que há cenografias que participam ativamente da narrativa, há outras que não auxiliam na constituição da cena, que se apresentam apenas como um fundo qualquer que não acrescenta qualquer informação e são meramente decorativos.

No Brasil e mais especificamente na TV Globo, as inovações técnicas impulsionaram as gravações para fora dos estúdios e a partir da década de 70 os ambientes naturais começaram a ser usados cada vez mais como cenários e as gravações em locações externas até mesmo internacionais foram introduzidas. As grandes cidades cenográficas começaram a ser construídas, a primeira da TV Globo foi feita para a telenovela *Irmãos Coragem* (1970) ainda quando a TV era preto e branco, e depois para a telenovela *O Bem Amado* (1973) e em seguida para *Gabriela* (1975), neste período a cenografia precisava considerar que a imagem

produzida deveria servir simultaneamente tanto para aparelhos em preto e branco quanto a cores

Na TV Globo no início da década de 80 houve, a partir da atuação do tripé formado por Boni, Joe Wallach e Walter Clark e da entrada de Daniel Filho como diretor de dramaturgia, a consolidação de uma linguagem televisiva própria da empresa cujo cenário, como signo cenográfico, começa adquirir em cada gênero características singulares, que denominou-se Padrão Globo de Qualidade. Englobando diversos preceitos que nunca ocuparam nenhum manual de instruções, esta linguagem é resposta direta ao modo de produção em escala industrial, à grade de programação que resulta numa demanda de exibição, à forma de recepção específica do espectador de televisão, e às pesquisas de opinião pública, todos esses itens foram esmiuçados no capítulo 2 desta tese. Esta resposta consequentemente impulsionou a existência de uma padronização da linguagem cenográfica específica da produtora cujas concorrentes iriam ora copiar e ora se opor, por exemplo nos programas de humor para transmitir a imagem de irreverência como o *Perdidos da Noite* (1986) exibido da Rede Bandeirantes. O carimbo Padrão Globo de Qualidade também passou a ser alvo de críticas por embelezar o Brasil real mostrado somente pelo cinema. Embora as imagens reproduzidas pelos aparelhos não sejam de fato o mundo, apresentam determinados conceitos relativos ao mundo, e o espectador “confia nas imagens técnicas tanto quanto confia em seus próprios olhos”. (FLUSSER, 2011, p.30)

Muitas transformações se sucederam desde então, desde o surgimento de novos concorrentes vindos com a TV a cabo, de inovações técnicas como a alta definição do HDTV⁴⁰, o formato da tela, e as câmeras digitais, a computação gráfica, os cenários virtuais, e mais recentemente a internet, o streaming, a inteligência artificial. Todas essas transformações sem exceção levaram a cenografia a novas mutações em suas estruturas, impactando severamente nas suas técnicas cobrando o aperfeiçoamento do acabamento, da qualidade da pintura e materiais. A linguagem cenográfica é alterada tendo que trabalhar com maior nitidez e profundidade de campo, entretanto todos esses desafios não afetaram a busca pelo Padrão Globo de Qualidade que está ancorado naquilo que a empresa passou a chamar de *Essência Globo*. (ver cap. 02).

⁴⁰ A HDTV - High-Definition Television - foi o primeiro formato de TV a surgir com o advento das transmissões digitais. Ela foi criada nos anos 1990 nos Estados Unidos e chegou ao Brasil em meados dos anos 2000. Foi o início da comercialização dos aparelhos de tela fina e o fim gradativo da era das TVs de tubo.

3.3.2.2 CENOGRAFIA E DIREÇÃO DE ARTE

Ter diretor de arte na televisão brasileira já é uma exceção. Na televisão, algumas posições foram ocupadas indevidamente ou agrupadas numa mesma pessoa. A direção de arte é um desses exemplos. Ela foi desempenhada por cenógrafos e figurinistas, ou integrada à produção de arte, que é quem cuida dos objetos, dos jantares, dos documentos e tal.” (FILHO, 2001, p.244)

Para pensar a relação da direção de arte e cenografia na TV Globo é necessário abordar a questão das diferentes nomenclaturas e funções exercidas no departamento da arte em diferentes países e no Brasil. Nos países de língua inglesa, o diretor de arte é chamado de *production designer*, mesmo havendo no departamento de arte alguém chamado de *art director*. Na configuração norte-americana, o *production designer* é quem concebe e o *art director* é quem executa; no Brasil o diretor de arte concebe e executa. A cenografia é chamada de *set design* e cenógrafo de *set designer*. Na língua francesa, a cenografia é chamada de *scénographie*, cenógrafo de *scénographe*, cenário de *décor*, e diretor de arte de *chef décorateur*. No Brasil existem diferenças entre estados como Rio de Janeiro e São Paulo na configuração das equipes, que ainda se distinguem com relação ao teatro, cinema, televisão e recentemente streaming que se apropriou de características de produção do cinema com equipes oriundas da televisão. E cada canal de TV, ao produzir seu próprio conteúdo, adota sua própria configuração de equipe e estratégia de produção.

Na configuração das equipes na TV Globo, como descrito neste capítulo, até o ano 2020 raramente existiu um diretor de arte atuando tal como no cinema. A função do diretor de arte foi espalhada entre diversos departamentos artísticos da criação de ambientes, cada um com seu titular responsável, e sob a coordenação do diretor artístico e do diretor geral do programa, sem que estes últimos também exercessem as atribuições da direção de arte.

No cinema brasileiro o diretor de arte é o responsável por toda a parte visual do filme, coordenando as tarefas do cenógrafo, figurinista, maquiador, etc. Ele pode eventualmente em produções pequenas acumular funções, sendo ao mesmo tempo o cenógrafo ou o figurinista, ou ambos. Trabalha em íntima colaboração com o diretor de fotografia e o diretor, configurando o tripé artístico de um filme. O diretor de arte é verdadeiramente o responsável pela cenografia no sentido de grafia da cena, e da escritura dramática do espaço.

O diretor de arte é quem cria junto com o diretor a concepção visual do programa. Ele chega a fazer alguns esboços dos cenários, pensa nos tons que serão usados e chefia a equipe de cenógrafos, figurinistas e produtores de arte. No cinema existe também o desenhista de produção (*production designer*) que é quem define o

conceito visual do filme. O diretor transmite como pretende contar a história e essa pessoa define a luz, os tons, o clima do filme. Depois o diretor de arte torna isso concreto. Mas essa divisão que está havendo no cinema é uma sofisticação de quem tem muito dinheiro.” (FILHO,2001, p.243)

Para Filho (2001), a função de diretor de arte no Brasil foi evoluindo com o tempo, com a necessidade, com a exigência do público, com a exigência de fazer algo melhor. Segundo ele, na TV, ao escolher o diretor de arte, o diretor está escolhendo o estilo que se quer dar ao programa. Nas séries realizadas para sedimentar uma imagem de qualidade a produtora, para criar uma imagem de qualidade para o público, faz-se necessário o diretor de arte para que exista um trabalho conjunto entre figurino, cenografia, produção de arte e direção de fotografia. O diretor cita para ilustrar esta afirmação o exemplo do seriado *Mulher* (1999), que excepcionalmente contou com a direção de arte de Lia Renha e adotou câmeras de cinema e processos de filmagem diferentes do normalmente utilizado em TV. Filho afirma que a maioria dos programas da TV Globo demandam uma produtividade muito grande que impelem que a criação se dê dentro dos parâmetros industriais de produção, e somente na minoria dos programas, considerados por Filho como sendo aqueles com mais apelo estético, a direção de arte torna-se além de necessária, possível.

Coloco lado a lado as funções exercidas pela direção de arte, cenografia no cinema, e cenografia na TV Globo para criar um quadro comparativo de atribuições:

DIREÇÃO DE ARTE	CENOGRAFIA CINEMA	CENOGRAFIA TV GLOBO
Conceitua a visualidade.	Segue o conceito da direção de arte.	Conceitua a visualidade.
Cria a paleta de cor do filme.	Segue a paleta de cor da direção de arte.	Cria a paleta de cor dos cenários e distribui para todas as equipes.
Escolhe a locação junto com a direção e produção e passa para toda a equipe o que nela deverá ser feito.	Faz o projeto de intervenção na locação de acordo com as diretrizes da direção de arte. É encarregado da execução do projeto com construções cênicas como tapadeiras, e com cores e	Escolhe a locação junto com a direção e produção e passa para toda a equipe o que deverá ser feito. Faz o projeto de intervenção da cenografia que deve constar todas as construções cênicas necessárias tais como tapadeiras, com cores

	aplicação de texturas quando necessário de acordo com o conceito e solicitação do diretor de arte.	e aplicação de texturas quando necessário de acordo com seu próprio conceito que foi aprovado com a direção. Fiscaliza a execução que é feita pela D.I.
Coordena o trabalho do cenógrafo conceituando todos os projetos assim como do produtor de arte e do produtor de objetos.	Não escolhe móveis e objetos e não faz o <i>dressing</i> do cenário.	Escolhe móveis e objetos e faz o <i>dressing</i> do cenário.
Aprova o que vai ser executado.	Coordena equipe de construção, pintura, forração, adesivagem. Faz cálculos de material, orçamento, equipe necessária, faz as compras, etc.	Coordena equipe de construção, pintura, forração, adesivagem, contrarregras e ajudantes.
Aprova o que vai ser comprado	Coordena compra de materiais, faz a compra quando necessário, faz o transporte e armazenagem.	Solicita a compra do material, não se preocupa com o transporte e com a armazenagem.
Aprova o orçamento.	Faz e coordena orçamento.	Aprova e ajusta o orçamento.
Conceitua o cenário e aprova com a direção do filme.	Não conceitua, aprova o desenho do cenário feito de acordo com o conceito feito pelo diretor de arte com o diretor de arte.	Conceitua o cenário e aprova o conceito, assim como o seu desenho com a direção do programa.

Ao refletir sobre as definições de Direção de Arte e Cenografia percebe-se que ambas possuem conceitos semelhantes, porém formas de atuação particulares em cada uma dessas manifestações. Ao colocar as atribuições desses domínios lado a lado verifica-se nesta tabela primeiramente que a divisão de tarefas é completamente singular. O cenógrafo que

trabalha em cinema ou em produtos de audiovisual que seguem o processo de trabalho do cinema está menos envolvido com a conceituação visual e mais ligado com a execução do cenário propriamente dita se comparado ao cenógrafo que trabalha na TV Globo. O cenógrafo do cinema deve criar soluções tendo como ponto de partida o conceito elaborado pelo diretor de arte, já o cenógrafo da TV Globo vai elaborar o conceito e criar as soluções para a realização deste conceito. O cenógrafo de cinema vai ser responsável direto pela realização de sua criação cênica, já o cenógrafo da TV Globo vai fiscalizar e cobrar da DI que seu projeto seja executado. Este processo fragmentado “economiza” o profissional diretor de arte e ao mesmo tempo cria uma estrutura de produção que libera o cenógrafo das tarefas mais técnicas para que este fique dedicado às tarefas tidas como criativas e de gestão de equipe.

A cenografia da TV Globo é o departamento que em atribuições mais se aproxima da direção de arte do cinema. Comparativamente, é possível concluir que o cenógrafo que trabalha na TV Globo absorve grande parte do trabalho de direção de arte do cinema, mas não é responsável por toda a visualidade uma vez que não tem gerência sobre o departamento da produção de arte e do figurino, ou seja, não se ocupa dos objetos de cena e das vestimentas cênicas. A fragmentação das tarefas fruto da divisão de equipes instituída pelo processo de produção industrial de um programa influencia diretamente no modo de ser da direção de arte na TV Globo.

3.3.2.3. CENOGRAFIA E SUAS CARACTERÍSTICAS

“Aprender a falar para muitos, falando para poucos: ainda que pretenda atingir milhares de pessoas, a televisão fala sempre para uma pequena plateia, dentro de sua casa, diante de uma lareira eletrônica”. (SOUSZA, 2014, p.VIII)

Podemos considerar que o espaço cênico visual televisivo é constituído por diversos elementos visuais tais como todo espetáculo. Um desses elementos visuais é a cenografia, entendida aqui por mim em seu campo expandido conforme suas definições conceituais. Esta cenografia nasce da combinação da cenografia teatral e cinematográfica que Jacob define como o “conjunto de intervenções feitas no espaço externo, locações ou no estúdio para a montagem dos ambientes necessários para a filmagem.” (JACOB, 2006, p.69)

Entretanto, ao comparar a cenografia cinematográfica com a cenografia televisiva, além do modo de produção específico, também é preciso considerar a questão da recepção conforme visto no primeiro capítulo. A diferença de recepção de um filme exibido na tela de uma sala de cinema - dispositivo cinematográfico - e de um programa de televisão exibido na tela de um aparelho de televisão - dispositivo televisivo - faz com que esta última seja um veículo inadequado para informações abundantes que não podem ser absorvidas facilmente pelo espectador. Ao considerar como espaço cênico o lugar onde se estabelece a relação entre cena e espectador, no espaço cênico cinematográfico a imagem se concentra na tela pois é o único espaço visível na sala de cinema onde os espectadores estão imersos na escuridão da poltrona e envolvidos pelo som; já o espaço cênico televisivo é constituído pela tela da televisão mais o espaço ao redor que contém sons, cheiros, luminosidades e signos familiares ou não que interferem diretamente na imagem que está sendo vista.

Na imagem do vídeo a profundidade de campo é sempre precária. Com isso a imagem do vídeo trata-se de uma imagem inadequada para anotar informações abundantes, uma imagem de fundo não aceita detalhamentos minuciosos (...). O vídeo é uma tela de dimensões pequenas, entendendo-se por tal uma tela em que se pode colocar pouca quantidade de informação, já que há sempre o perigo de uma imagem demasiado abundante se dissolva na chuva de linhas de varredura. (...) são inadequados os cenários amplos e as decorações muito minuciosas, pois todos esses motivos se reduzem a manchas disformes quando inseridos na pequena tela. Em decorrência da baixa definição da imagem videográfica, a maneira mais adequada e mais comunicativa de trabalhar com ela, é pela decomposição analítica dos motivos (MACHADO, 1997, p.193-194)

A linguagem televisiva prioriza portanto, os planos onde o objeto principal da cena ocupa a maior parte da imagem, e a cenografia é vista apenas em fragmentos, usada como fundo da figura. Desta forma o fragmento deve sugerir o todo, e o todo deve ser observado e absorvido pelo espectador no início da cena através de um plano geral de localização e reconhecimento. Apesar de se constituir em fragmentos, o cenário ainda tem como objetivo proporcionar um fundo que, como síntese, possa contribuir para a história e para a estética do programa insinuando profundidade e contraste com a figura.

Em resumo a cenografia precisa garantir o enquadramento adequado com fundos interessantes para a marcação dos atores pela direção. Muitos críticos defendem que por esta característica a cenografia feita para a televisão, quando comparada ao teatro, tem menos valor pois “importa” menos para a cena. Fato que o cenário tem um papel a cumprir, na maioria das vezes ele não é o personagem da cena, não é a principal atração, e serve como fundo da figura do ator, ou do objeto principal da ação em cena, o cenário é o invólucro da ação dramática. Precisa valorizar e completar o gesto do elemento comunicacional e assumir

o papel de fundo de cena. Cabe ao cenário como fundo, valorizar a figura, ser a afirmador ou modificador principal da figura, sendo que sempre será dependente das relações de significado que estabelecerá com os outros elementos da cena, como o figurino, o som, a música, o texto, o contexto, etc.

Na televisão o espectador conhece a personagem pelos seus aspectos externos: cenografia, objetos pessoais, figurino, acessórios e caracterização; pela interpretação do ator e pela dramaturgia é claro, e também pela linguagem audiovisual que traz as relações com o espaço e a dinâmica da narração. Pela cenografia podemos identificar indícios de origem geográfica, extração social, grau de educação, cultura e informação. A cenografia assim como o figurino descreve a época, classe social, profissão e como elemento narrativo traz as características psicológicas da personagem. Aspectos emocionais são realçados por sua relação com o espaço – no centro geométrico do quadro, no canto do quadro, dominante em relação a linha do horizonte, pequeno em relação a outros elementos. A cenografia evidencia comportamentos, gostos, preferências e traços da personalidade que muitas vezes não ganham literalidade.

Daniel Filho quando fala sobre cenografia defende que “a cenografia precisa ser humilde, precisa saber brilhar na medida que lhe cabe naquela obra” (FILHO, 2001, p.258). Ele descreve ainda que “em geral, o cenário deve ser o complemento do conjunto e não sobressair, caso contrário pode desvalorizar a ação dramática” (FILHO, 2001, p.258). Poderia dizer de uma forma mais poética que a cenografia é a doação do lugar para que a ação aconteça. E como doação não deve ser o foco principal da ação, ao menos que se torne a figura da ação e não o fundo.

Ao considerar que cada programa audiovisual constitui um enunciado particular que se apresenta de maneira única. Todo enunciado é “produzido dentro de certa esfera de intencionalidade, sob a égide de certa economia, com vistas a abarcar certo campo de acontecimentos, atingir certo segmento de telespectadores e assim por diante” (MACHADO, 2000, p.70-71). Desta forma cada programa faz uso de recursos cenográficos próprios em função das especificidades dos seus gêneros. As diferentes respostas cenográficas sugerem determinadas configurações espaciais, o que podemos nomear de tipologias. Na televisão existe um grande número de configurações de espaço por conta da diversidade de gêneros. Esta tese limita-se à análise da cenografia feita para as narrativas seriadas como novelas, séries, minisséries e programas de humor e deixa de lado os programas de jornalismo, auditório e variedades como big-brother por exemplo.

Sendo a narrativa seriada a tentativa de reprodução de uma sociedade em seus mais diversos aspectos, os cenários devem ter tipos variados conforme seus personagens. Na televisão, ao mesmo tempo em que nota-se um esforço para evitar cenários com características semelhantes para não confundir o espectador distraído - pois é preciso que o espectador saiba rapidamente de quem se trata a personagem ainda que seja por simplificação explorando estereótipos – busca-se identificação rápida do personagem através de seu figurino e através do seu cenário. Pode-se afirmar que em resposta à demanda de exibição, ao modo de produção industrial, ao padrão de qualidade, com o passar dos anos, algumas regras não descritas em qualquer manual de instruções ficaram implícitas na atividade dos cenógrafos e na criação do espaço cênico visual da TV Globo tornando-o extremamente homogêneo.

Se a cenografia é a dramatização visual dos lugares da ação, ela também é pensada como responsável pela adequação dos lugares da ação às necessidades práticas da filmagem ou gravação, Paulo José em seu livro *Cadernos das oficinas de direção* sistematiza algumas qualidades que a cenografia precisa apresentar para exercer sua função:

a) INFORMATIVA - O tempo e o espaço da ação dramática. Descrição dos aspectos sociais da personagem: nível econômico, extração social, profissão, padrões de consumo, hábitos comuns à sua classe, nível cultural, etc. avaliar o grau de ilusão da realidade da cenografia, seu caráter imitativo, sua verossimilhança. (SOUZA, 2014, p.164)

Esta é uma das mais importantes funções de um cenário televisivo: informar em um plano onde e quando se passa a cena. As principais informações das personagens devem estar visíveis para que o espectador entenda num plano de quem se trata, pois todos os demais planos da ação que se sucederão serão fechados nos atores. Como na grande maioria das vezes essas informações não serão ditas em texto pelas falas das personagens, o cenário terá a missão primordial de falar.

b) NARRATIVA - O tratamento da cenografia deve auxiliar na compreensão das características psicológicas e estados emocionais das personagens. Estes aspectos afetivos devem ser ressaltados pelo tratamento da cor, luz, distribuição dos objetos no espaço, etc. (SOUZA, 2014, p.164)

A função narrativa é feita de maneira subliminar, e principalmente através do que se chama “vivência” num cenário que basicamente se baseia nas características, pela qualidade e pela forma como objetos do cenário e de uso pessoal da personagem estão dispostos: se estão arrumados, bagunçados, sujos, jogados, entulhados, acumulados, etc. se o ambiente está iluminado, se tem plantas vivas ou mortas, se os quadros estão tortos ou inexistentes. Tudo e qualquer coisa num espaço imagético comunica, fala.

c) FUNCIONAL - Mais do que parecer um espaço real, a cenografia deve atender às necessidades práticas da gravação. (Deve permitir boas condições de iluminação, colocação das câmeras e disposição dos elementos cênicos, assim como facilitar a movimentação dos atores.) (SOUZA, 2014, p.164)

De nada adianta ter um cenário fantástico se ele não pode ser gravado e se suas qualidades não puderem ser captadas pela lente da câmera. A cenografia é indissociável ao lugar do seu acontecimento cênico: teatro, cinema, televisão, carnaval, rua, etc. Para cada um desses lugares o cenário precisa se adequar para atender a cada necessidade específica. O autor ainda categoriza os cenários em função dos diferentes gêneros televisivos:

Cenário neutro - Utilização de poucos elementos, fundos sem muita informação. Dirigem a atenção para a ação dos atores. Pode ser um cenário de ciclorama, painéis, praticáveis, com a presença apenas dos elementos estritamente necessários para atender às exigências do roteiro. O tratamento da luz não é realista, serve para valorizar os elementos ou ações a serem destacadas. (SOUZA, 2014, p.165)

Cenário decorativo – Espaço visualmente estimulante e funcional para shows, espetáculos e variedades. (SOUZA, 2014, p.165)

Cenário realista – Deve representar um ambiente real, ter caráter imitativo, ser verossímil. O mais adequado para as telenovelas ou seriados. Prende-se a aspectos imitativos e de verossimilhança. (SOUZA, 2014, p.165)

Essas categorias na maioria das vezes são respeitadas para que haja uma rápida identificação do espectador que distraidamente procura um programa para ver sentado no sofá operando seu controle remoto. Existem programas que se aproveitam dessas categorias, como foi o caso do programa de humor *TÁ NO AR - a tv na tv* (2015-2019) que parodiava a televisão, e existem programas que explodem essas categorias ignorando as regras para atender ao texto e a vontade artística da direção.

Paulo José completa as informações sobre como deve ser um cenário citando alguns aspectos que uma boa cenografia deve apresentar:

Qualidade plástica – Qualidade visual, isto é, a empatia deve provocar independentemente dos aspectos imitativos ou expressivos. Em outras palavras, o cenário deve ser interessante, estimulante, bom de se ver. (SOUZA, 2014, p.165)

Ilusão de profundidade – Uma questão fundamental das artes figurativas é a criação da ilusão de três dimensões em um plano bidimensional. A tela de TV é como um quadro que deve representar um espaço com largura, altura e profundidade. Esta ilusão deve ser criada com os mesmos meios utilizados pelas artes plásticas, a partir das leis da perspectiva. Aqui, as linhas diagonais desempenham um papel fundamental. É essencial que o cenário contenha elementos construtivos que fujam de uma visão ortogonal. As diagonais são as linhas dinâmicas, as linhas de forma do quadro. A ilusão de profundidade também deve ser acentuada pela luz, enfatizando os volumes, os diversos planos do espaço cênico. (SOUZA, 2014, p.166)

Este “tratado” de cenografia televisiva ao ser escrito por um diretor de programa fala imensamente sobre a prática e o pensamento crítico que é desenvolvido pelo profissional de cenografia da TV Globo e ainda deixa escapar o desmerecimento da função. Souza coloca por

exemplo, que mesmo com “todos estes anos de experiência acumulada, frequentemente encontramos cenários que mais parecem ter sido concebidos por decoradores de interiores do que por cenógrafos”. (SOUZA, 2014, p.166). No sentido de que os cenários podem apresentar aspectos descritivos, narrativos e plásticos, mas serem ao mesmo tempo inadequados do ponto de vista prático não atendendo às necessidades de gravação.

Fato que principalmente quando as câmeras ainda não eram digitais e ocupavam muito espaço no estúdio ou no cenário, estes não deveriam ter as mesmas proporções e características de um espaço real pois precisavam acolher além da ação das personagens as câmeras, os refletores, os microfones e a equipe que manipula esses equipamentos. Ou seja, o espaço do cenário feito para a televisão não é jamais idêntico ao espaço de um lugar real feito para sua real atividade. Ou seja, um cenário de restaurante não é um restaurante de fato, pode até ser feita uma cena de restaurante em uma locação de restaurante se nela forem feitas as devidas adequações para a cena e para a funcionalidade da gravação.

Comento abaixo algumas regras estabelecidas pela experiência acumulada pela cenografia da TV Globo descritas por Paulo José neste livro que, segundo ele, podem ajudar a evitar problemas durante as gravações:

O cenário deve conduzir a ação dos atores para o primeiro plano da cena. É importante que móveis e objetos estejam dispostos na parte anterior do cenário para que, com naturalidade, os atores possam utilizá-los, ocupando a frente da cena. Isto permitirá que as câmeras das extremidades, normalmente a câmera 1 e a câmera 4 tenham planos mais frontais dos atores. A presença de elementos em primeiro plano dá mais ênfase aos movimentos de travelling à frente do cenário. (SOUZA, 2014, p.169)

A disposição dos elementos da cena deve evitar que a ação ocorra com muita frequência e durante muito tempo junto à parede posterior do cenário. Como a luz normalmente incide num ângulo de 45 graus sobre os atores, estes devem estar à distância de sua altura em relação ao fundo do cenário para que se evitem sobras na parede. Esta distância mínima permite que se possa utilizar a contraluz também num ângulo de 45 graus. Ela permite ainda que se possa ter uma luz para o cenário independente da luz para os atores. (SOUZA, 2014, p.169)

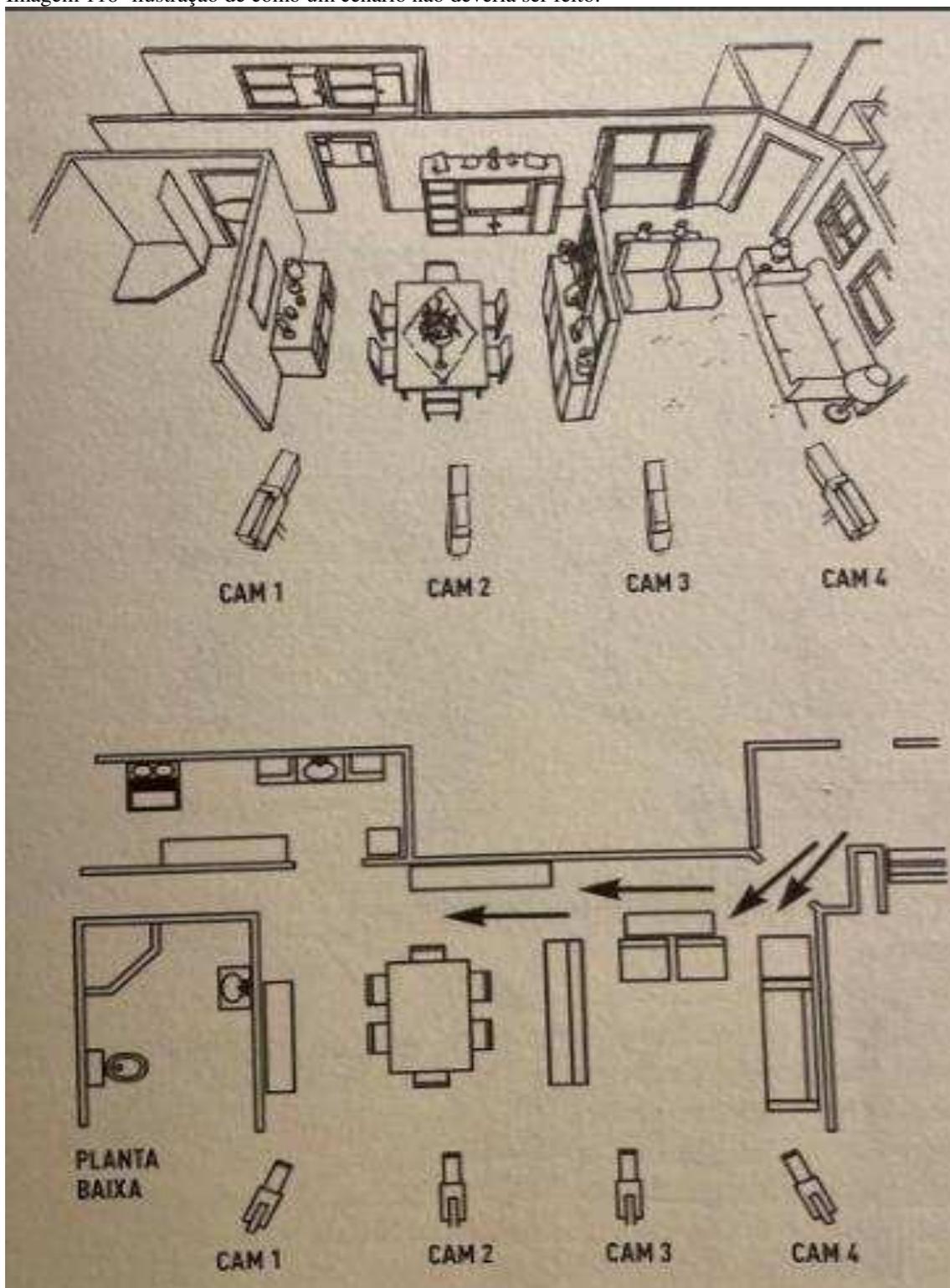
A disposição dos elementos do cenário deve evitar que os atores se desloquem paralelamente ao fundo do cenário. Além das razões de iluminação, esta movimentação prejudica uma boa captação de imagens. As câmeras ficam distantes, prevalecem os perfis e todos os pontos de vista ficam praticamente no mesmo ângulo. (SOUZA, 2014, p.170)

O cenário deve ter mais largura do que profundidade. Toda vez que se estiver usando um cenário de três lados, semelhantes a cena teatral, a dimensão da largura deve ser sempre maior do que a profundidade. (SOUZA, 2014, p.171)

O cenário deve ter ângulo de abertura maior do que 90 graus. Para maior abertura da frente da cena, permitindo que as câmeras tenham posições mais diferenciadas, deve-se forçar a abertura das laterais do cenário, como tradicionalmente se faz no teatro. Normalmente a abertura de 110 graus ainda mantém a ilusão de espaço retangular, isto é, como as paredes estivessem se encontrando em ângulo reto. (SOUZA, 2014, p.171)

O autor exemplifica em seu livro estas regras, sendo que o primeiro exemplo que segue abaixo é como um cenário não deveria ser feito:

Imagem 118- ilustração de como um cenário não deveria ser feito:

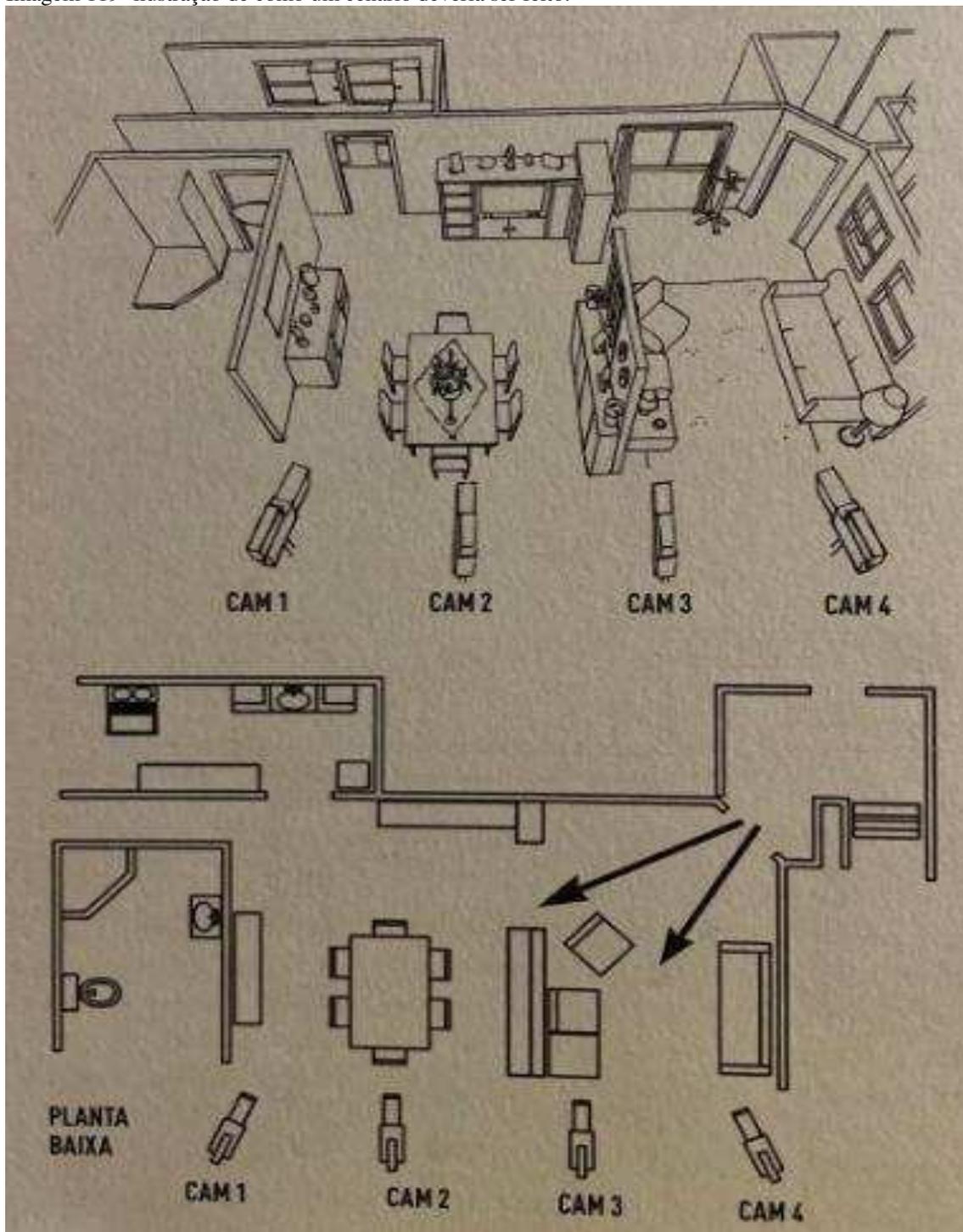


Fonte: Cadernos das Oficinas de Direção. Ilustração de Flávio Costa. p. 167.

Segundo o autor, neste cenário os atores se movimentam paralelamente no fundo do cenário e a disposição dos móveis impede que eles venham até a boca de cena, o que dificulta a iluminação, prejudica o posicionamento das câmeras e a captação da imagem.

Neste segundo exemplo uma nova arrumação é sugerida:

Imagem 119- ilustração de como um cenário deveria ser feito:



Fonte:

Cadernos das Oficinas de Direção. Ilustração de Flávio Costa. p. 168.

Segundo o autor, esta nova disposição equilibrou a profundidade e a largura do cenário, permitindo uma melhor circulação dos atores pelo cenário resultando em mais possibilidades de acesso para a câmera e iluminação.

É necessário pensar nessas regras no contexto de cenários feitos para atender ao sistema de produção da dramaturgia diária de uma novela que deve comportar quatro câmeras gravando a cena simultaneamente. Isso implica num cenário de boca de cena larga - para que caibam as câmeras -, e proporcionalmente curto - com profundidade pequena -. Quando os atores se posicionam ocupando a frente da cena, eles naturalmente ficam mais descolados do fundo do cenário, podendo ser mais facilmente iluminados e aumentando a profundidade do seu fundo. Entretanto, se o ator se posicionar no fundo do cenário, ele certamente ficará sem uma iluminação adequada e com um fundo “chapado”, ou seja, sem profundidade, sem contrastes, pobre visualmente.

O diretor artístico Jayme Monjardim é conhecido pela utilização de objetos em primeiro plano para enriquecer o plano de abertura das cenas, normalmente feito pelo movimento horizontal da câmera pela boca de cena apresentando todo o cenário. a lente que ele utiliza também pode provocar o desfoque do fundo dando ênfase ao que está mostrando em primeiro plano. Já o diretor artístico Denis Carvalho prioriza a produtividade do dia de gravação e tende a colocar os atores sempre nas mesmas marcações dentro do cenário para agilizar a montagem da luz. O cenário para ele precisava ter a “perna aberta” para que a câmera pudesse entrar no cenário para captar o ator praticamente de frente. O diretor artístico Jorge Fernando gostava de uma perna sempre mais curta, deixando a planta do cenário parecida com um J para que as câmeras pudessem entrar dentro do cenário com facilidade e enquadrar o ator frontalmente. Ao pensar o espaço cênico é necessário, portanto, levar em consideração a linguagem televisiva adotada por cada diretor para que o cenário possibilite fundos com profundidade e ricos visualmente. Atualmente, mais precisamente a partir da novela *Avenida Brasil*, cuja direção artística foi feita por Ricardo Waddington, a redução do tamanho das câmeras possibilitou a mudança do pensamento dos enquadramentos que pode se aproximar ainda mais do cinema e das séries, e por conseguinte, os cenários se transformaram, tornando-se menores, com a boca de cena mais estreita com relação a sua profundidade, oferecendo planos com boca de cena reduzidas que emolduravam a cena. A profundidade deixou de ser paralela a boca de cena para ser perpendicular a ela. Voltaremos a este assunto mais detalhadamente no capítulo 4.

O cenário deve oferecer o máximo de recursos para variadas colocações de câmera. Diversas aberturas podem ser feitas e encobertas por quadros ou tapeçarias nas paredes, ou espelhos e cortinados que serão removidos sempre que se precisar uma colocação de câmera mais interna à cena. Lareiras, armários, geladeiras devem ter fundos falsos que permitam a colocação de câmera na sua parte de trás, voltada para dentro do cenário. (SOUZA, 2014, p.171)

Essa regra pode servir perfeitamente para qualquer produto audiovisual, porém numa obra fechada esses acessos da câmera podem ser estudados, decupados e solicitados pela direção anteriormente. No caso de uma obra aberta o cenário precisa proporcionar essa qualidade antevendo o que pode ser escrito pelo autor e solicitado pela direção durante a gravação. O cenógrafo deve, portanto, ao projetar um cenário propor uma variedade de acessos de câmeras e também de fontes de luz. Não é por acaso que a pia da cozinha fica embaixo de uma janela, que um fogão fica próximo a boca de cena, que a cama fica encostada numa fonte de luz e a penteadeira logo em frente a ela, estas escolhas são feitas pensando no posicionamento da câmera, dos refletores, e dos atores e movimentações cênicas com relação a esses elementos.

Sobre o ponto de vista da produtividade - de se gravar um longa metragem por dia - os estúdios foram uma resposta para atender a esta necessidade. Ao colocar teto num cenário reduz-se drasticamente a produtividade do mesmo por impedir que o *grid* de iluminação seja utilizado. Para que dispor de um estúdio com um *grid* de iluminação fantástico se não se pode utilizá-lo porque o cenógrafo resolveu colocar um teto? Já ouvi essa pergunta de mais de um diretor de fotografia.

Cuidado com os tetos, que podem resolver tomadas em cenários de pouca altura sem que haja vazamentos na parte superior, mas frequentemente reduzem as possibilidades de iluminação.
Cuidado com cenários grandes demais, muito impressionantes quando vistos a olho nu mas que não podem não ser revelados em toda a sua dimensão através camera. (SOUZA, 2014, p.172)

A existência física do teto deve ser combinada entre o cenógrafo, diretor de fotografia e diretor geral do programa. Em alguns casos o texto pede, e ele pode ser colocado apenas para uma gravação e retirado para as próximas, em outros casos o cenário pede, e a maneira de iluminar o teto também deve ser combinada com a direção de fotografia que deverá participar da escolha de lâmpadas e disposição de luminárias. Na ausência de teto, a altura do cenário assim como barreiras visuais devem ser pensadas para que o fim do cenário não seja revelado pela câmera. Na linguagem da televisão: para que não vaze o estúdio, na linguagem do teatro: para que não rompa o urdimento. O cenário é pensado em diversos

planos que ajudam proporcionando a impressão de profundidade mas também resolve com relação aos vazamentos.

Cenários demasiadamente altos acabam não sendo mostrados em toda a sua magnitude no cotidiano de uma gravação, pois as câmeras estão majoritariamente posicionadas na altura de 160cm a 180cm do piso e priorizam o enquadramento dos atores. Existe, portanto, uma faixa de visibilidade no cenário onde deve-se posicionar os elementos visuais mais importantes pois é esta faixa que vai aparecer em quadro na grande maioria dos planos.

Cuidado com vidros nos quadros, retratos, atenção em relação às portas de verniz brilhante, evite superfícies que denunciem as fontes de luz. As superfícies brilhantes podem revelar os refletores, tirando a naturalidade da iluminação. A não ser que seja absolutamente necessário por exigência específica da cena, evite estes materiais, poupando tempo e trabalho da iluminação ou dos contra regras que tem de falsear quadros improvisadamente, embaçar espelhos, alterar posições de refletores ou outros quebra-galhos de última hora. Conselho ao cenógrafo: queira bem à sua mãe, poupe-a de qualificativos desairosos feitos pela equipe de gravação evitando reflexos incômodos. (SOUZA, 2014, p.173)

A equipe de cenografia precisa ter atenção com o uso de vidros e espelhos, todas as superfícies que denunciam fontes de luz e possam refletir a boca de cena e conseqüentemente a câmera e a equipe de filmagem. Ele deve coordenar o posicionamento desses elementos com a direção pois nada mais interessante visualmente do que um reflexo bem aproveitado pela dramaturgia de uma cena.

O cenário tem que proporcionar uma luz principal coerente e realista, pela posição adequada de suas aberturas. A luz básica tem que parecer vir através das janelas, portas, áreas vazadas, etc. (SOUZA, 2014, p.173)

Para diretores que têm essa regra como um mandamento são feitos cenários com aberturas e janelas por todos os lados. Não há superfície lisa, sem quadro, sem luz. Não há fundo vazio, plano sem decoração. Quando aparece um vaso de palmeira atrás da porta de um quarto que dá para um corredor, quando existe uma janela que dá para um ambiente interno, quando há um quadro numa coluna estreita que mal cabe um interruptor, foi para atender ao desenho de um diretor inimigo do vazio.

O cenário deve parecer maior, ou menor, do que realmente é, de acordo com as necessidades narrativas. Aqui aparece a qualidade do cenógrafo, na colocação de elementos em primeiro plano que aumentem a ilusão de profundidade, na construção de paredes laterais em perspectiva, gradação das tonalidades, com maior reflectância no primeiro plano e redução progressiva dos tons claros nos planos posteriores etc. Uma adequada utilização das lentes (mais angulares para aumentar a profundidade, mais fechadas para aproximar o fundo) também pode ajudar a criar uma impressão do espaço diferente de suas dimensões reais. (SOUZA, 2014, p.172)

No programa *Malhação* temporada 2010-2011 os cenários eram pequenos e tornavam-se enormes com o uso da lente grande-angular que, por suas características, projeta um círculo de imagem maior do que seria o comum para uma objetiva de design padrão de mesma distância focal. Foi necessário escurecer alguns cenários para que eles pudessem diminuir na percepção fruto da utilização desta lente. Já a utilização de diversos planos num cenário, com a introdução de corredores, passagens, portas e pórticos variando a cor no fundo de forma imperceptível ou complementar é uma solução cênica amplamente utilizada para provocar entradas de luz e de sombra aumentando a sensação de profundidade.

O cenário deve evitar tonalidades muito claras ou muito escuras. Evite o branco e o preto, a não ser em casos em que isso seja absolutamente necessário. Trabalhe com uma escala reduzida de contrastes. (SOUZA, 2014, p.173)

Na TV Globo, a cenografia define a paleta de cores dos cenários e conseqüentemente dos programas, assim como a direção de arte no cinema. Sabe-se que a cor é um elemento expressivo de grande valor dramático podendo ser usada para reforçar a informação narrativa de maneira subliminar por se associar diretamente ao emocional do espectador, sendo que cada cultura vai possuir valores simbólicos próprios para cada cor. A escolha da paleta de cores deve ultrapassar as tendências da moda ou aspectos meramente decorativos, pois precisa comunicar os valores dramáticos do produto audiovisual. Porém, é necessário antever, principalmente em uma obra aberta, que diferentes figurinos irão compor esta imagem podendo estes ser mimetizados ou contrastados ao invólucro cênico, sem que esta escolha seja de fato pensada pelo cenógrafo uma vez que ele não interfere na escolha do figurino, e nem mesmo este departamento tem ciência de todos os ambientes que a personagem vai percorrer no desenrolar da história.

O cenário deve, portanto, ter cores neutras que se harmonizem com a variedade de roupas que as personagens vestem ou poderão vestir. Ao longo de uma novela que se caracteriza por ser uma obra aberta, é grande a variedade de tonalidades e texturas nas roupas das personagens, sem que seja possível um controle prévio, como acontece em obras fechadas, portanto as grandes superfícies não devem ser pintadas com cores primárias ou de alto valor cromático. As paredes, os grandes volumes devem ser entendidos como fundo; os objetos de ambientação e de ação devem ser entendidos como forma e podem ter maior valorização cromática.

Daniel Filho defende que os cenários sejam feitos de forma a não induzirem a “pulo de eixo”, ou “quebra de eixo”, ou seja, que ele seja feito para que não inverta a relação visual

do enquadramento, fazendo com o que esteja a esquerda apareça na direita do quadro e vice-versa. Um bom cenário de televisão deve, portanto, essencialmente ser bom para a câmera, deve proporcionar bons cruzamentos para que se possa ter plano e contra-plano dos atores. O autor coloca alguns comentários gerais que um cenário deve perseguir para ter qualidade:

Um bom cenário numa novela é essencial para o posicionamento das câmeras. O cenário pode ser um L com uma ponta, pode ser triangular, ou apenas um ângulo. O L com uma ponta é composto por três paredes, sendo que a terceira só pode ser usada pela metade. As grandes salas que vemos na telinha são corredores com pequenas paredes e sofás colocados de forma que as câmeras possam sempre cruzar, para que se possa ter o plano e o contraplano dos atores. Isto é básico. (FILHO, 2001, p. 222)

Nunca deixar as paredes laterais do cenário perpendiculares ao fundo, a abertura frontal sempre deve ser maior. Além disso, um cenário quadrado é uma lástima, tente sempre ter mais largura do que profundidade.

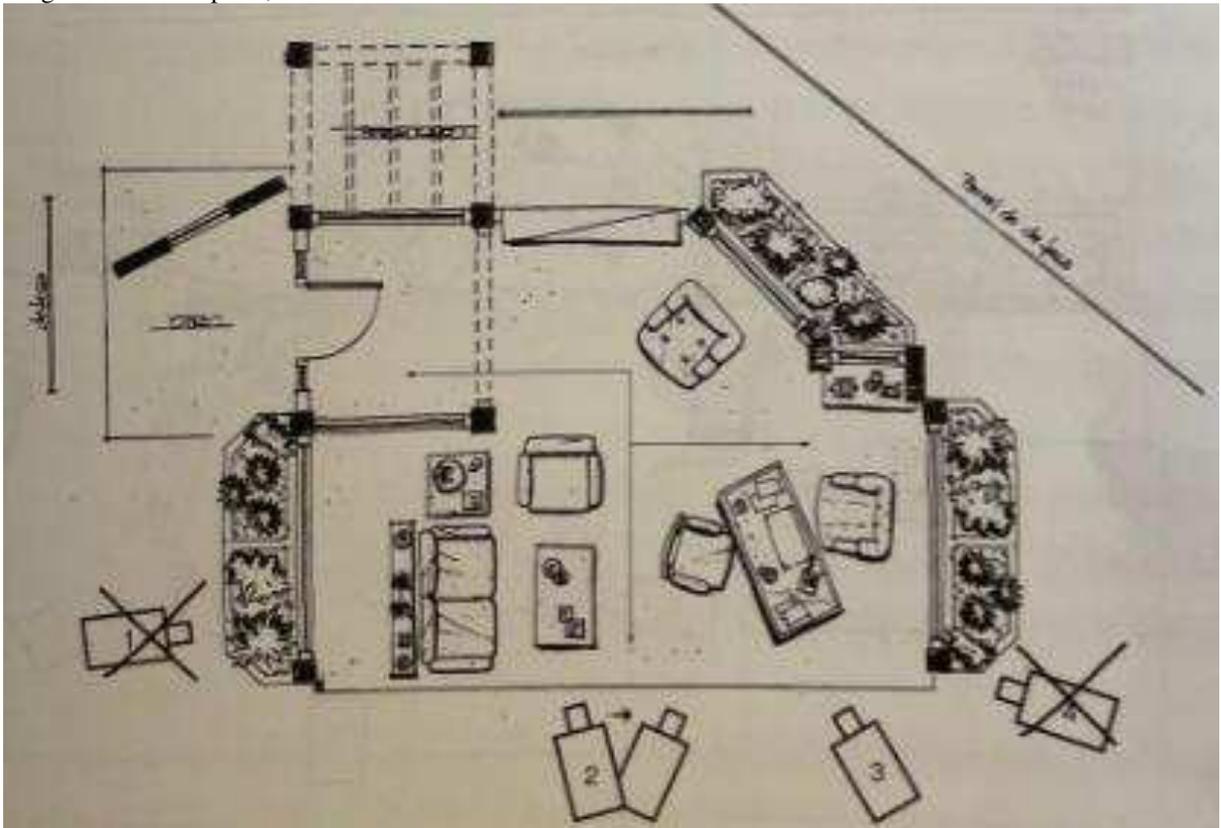
Quanto mais possibilidades de posicionamento de câmera num cenário, melhor. (FILHO, 2001, p. 223)

Os atores não devem ficar colados às paredes, isso dificulta a iluminação. As paredes abertas possibilitam maior movimentação dos atores. O cenário pode ser usado em toda sua dimensão. Já com as paredes fechadas (paralelas), os atores só podem atuar em primeiro plano, tornando o resto do cenário dispensável. Além disso, as câmeras só conseguem planos frontais dos atores. (FILHO, 2001, p. 223)

O diretor escreve que antes da criação do cenário há uma conversa com o autor para tentar descobrir o arco dramático da personagem para tentar preparar o cenário de forma que ele proporcione o maior número de possibilidades de posicionamentos de câmeras e de atores. Ele cita a importância de que a porta de entrada faça um plano e contraplano com o local onde o ator permanecerá por mais tempo e em mais cenas.

Daniel Filho utiliza para exemplificar esses comentários dois exemplos do cenário do escritório de Waldomiro na novela *Suave Veneno* (1999). No primeiro exemplo deste cenário, segundo o autor, os atores não conseguem se movimentar em diagonal para chegar no primeiro plano. O fundo do cenário está morto, há poucas opções para o posicionamento das câmeras, as câmeras 1 e 4 não poderiam ser utilizadas:

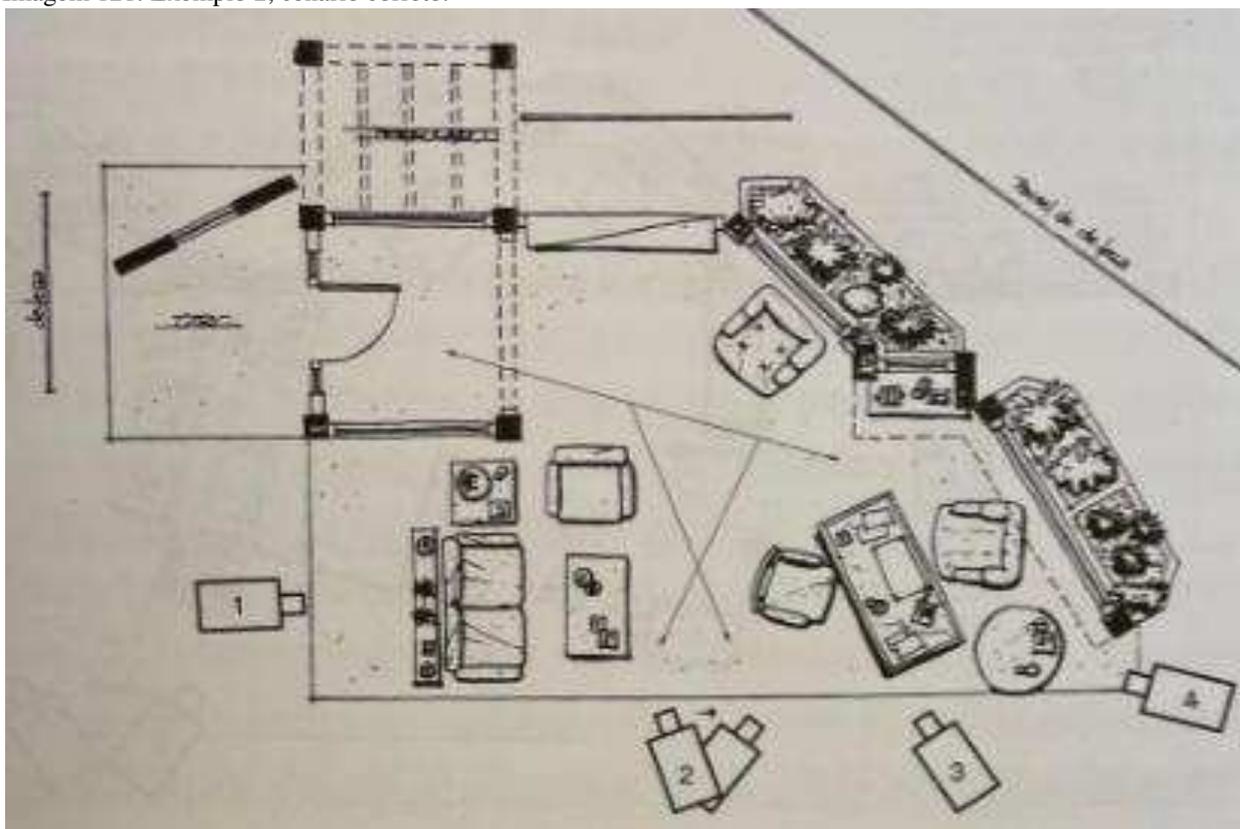
Imagem 120: Exemplo 1, cenário errado.



Fonte: (FILHO, 2001, p. 223)

No segundo exemplo, a retirada da tapadeira da lateral esquerda e a abertura da perna do cenário na lateral direita possibilitaram a utilização das câmeras 1 e 4 favorecendo os planos cruzados, conseqüentemente o plano e contraplano dos atores que estarão sentados na mesa do escritório, possibilitando a visibilidade do ator que entra pela porta, e também o plano frontal do ator que possivelmente vai abrir a porta do cenário.

Imagem 121: Exemplo 2, cenário correto.



Fonte: (FILHO, 2001, p. 223)

Daniel Filho foi considerado o primeiro diretor de televisão que tentou incorporar em alguns de seus programas de dramaturgia a linguagem do cinema utilizando movimentos de câmeras dele oriundos e encontrando fórmulas para a agilidade necessária na TV. Ele afirma que a câmera se movimenta para dizer alguma coisa, ela se aproxima porque quer ficar mais perto dos atores, da cena, lentamente, é uma aproximação que fala sobre o que quer ser visto melhor; as lentes são expressivas, possuem um tipo de sensibilidade, de recorte e de profundidade melhores do que o zoom.

Não devemos menosprezar o telespectador e achar que ele não aprecia uma novela bem cortada, com ângulos bem feitos, com atores bem iluminados, bem vestidos. O público pode até assistir uma novela mal feita, pois a televisão tem um público cativo de novela. Mas certamente o espectador saberá recompensar aqueles que se preocupam em contar aquela história melhor, tirando partido de cada cena. (FILHO, 2001, p.227)

Muitas vezes a mudança do que está atrás do ator pode aliviar a monotonia para o espectador ficar muito tempo na frente do mesmo fundo é monótono. Ao trocar o ator de posição, muda-se o fundo, parecendo que ele está em outro local, chamando a atenção do público para uma coisa nova que está acontecendo na cena. (FILHO, 2001, p.225)

Alguns autores ao escrever e diretores ao marcar uma cena tentam colocar no meio das falas ações do cotidiano que normalmente podem ser feitas para dar uma impressão de

realidade. Por exemplo, numa cena na cozinha de um jantar em família colocar alguém cozinhando ao fundo ou indo buscar algo em outra bancada ou na geladeira; uma cena de conversa no quarto, provocar uma movimentação que leve até o banheiro para o ator escovar os dentes, tomar um comprimido ou buscar uma roupa no armário. O trabalho do cenógrafo neste contexto é de oferecer ações possíveis às personagens dentro da verossimilhança que o cenário deve apresentar.

FILHO (2001) fala sobre a importância do cenário oferecer ações paralelas que possam ser desempenhadas pelos atores durante a cena para dar realidade às marcações, para que estas não se reduzam ao posicionamento em linha dos atores face a boca de cena, e principalmente para o texto não ficar recitado. Levantar para pegar água, abaixar o volume do som, olhar pela janela, ajustar a almofada, lavar a louça, ler uma revista, se olhar no espelho, ou seja, abrir espaço para que pequenas atividades possam representar mudanças de emoções, de posicionamentos, uma cena pode assim conter diversas sub-cenas de acordo com a decupagem que o diretor pode fazer face a um bom cenário. Essas ações, que não foram escritas pelo autor, podem dar mais veracidade à cena sem distrair o público do enredo.

Naturalmente, depois de fazer muitas novelas, uma equipe tende a cair numa cilada no que tange à cenografia ao começar a estereotipar o perfil dos cenários e categorizá-los em casa de ricos, casa de pobre, casa de intelectual, de artista, etc. As fórmulas não dão conta de explorar as diferenças sutis em cada pessoa, em cada história, e os profissionais devem-se estar atentos a isso. Percebe-se que ao mesmo tempo em que fabricou estereótipos, TV Globo passou a dar um tratamento glamourizado aos cenários, virando sinônimo de qualidade ou de fábrica de cenários limpinhos e assépticos. Algumas tentativas mais realistas foram feitas, mas o público quase sempre as rejeitou quando ocorreram em horário nobre.

Na primeira versão de *Pecado Capital* a proposta foi assumir uma brasilidade bem realista. Queria mostrar a miséria. Quando Boni assistiu os primeiros capítulos ele pediu para refazermos tudo pois estava muito miserável, muito deprimente. Nós tínhamos feito um tremendo laboratório para fazer aquela novela. Não refizemos. (FILHO, 2001, p.257)

Geralmente as cenas de novela são tradicionalmente muito faladas. Marco como se fosse a vida real, os atores agindo naturalmente dentro do cenário. (...) Depois de ter marcado, penso qual a melhor maneira de ver a cena. (...) estou mais preocupado com a ação dos atores do que com as câmeras, e só as posiciono depois de ter a cena marcada. São esses ângulos que dão a informação ou emoção a serem passadas para o espectador, proporcionando-lhe o privilégio de ver aquilo da melhor forma possível. (FILHO, 2001, p.228)

Para correr bem, uma novela deve ter normalmente dois ensaios de uma cena com atores, um ensaio com a câmera, e a quarta vez já se está rodando. Esta é a forma correta e possível. Mais do que isso, estaremos saindo do padrão industrial. (FILHO, 2001, p.229).

O cenário de uma novela com quatro câmeras é diferente de uma série ou seriado que terá apenas duas. Essa linguagem das câmeras é o que tem caracterizado a linguagem da dramaturgia televisiva, que em raras exceções é quebrada. Os cenários são desenhados para atender a esta linguagem, se adaptaram a essas movimentações de câmera, os estúdios foram projetados para atender a esta linguagem. Porém, é preciso constatar que toda regra tem sua exceção e anseia desesperadamente ser quebrada.

O diretor Maurício Farias, entrevistado pelo programa *Filme Falado* (2024), refletiu sobre as mudanças no jeito de fazer televisão no Brasil. Na entrevista o diretor afirmou que desde sua entrada na TV Globo ele sempre buscou subverter a forma de fazer dramaturgia na televisão: quatro câmeras, boca de cena, três paredes, onde o diretor entrava no *set* de gravação, marcava a cena e filmava: “Ensaiei, gravou, valeu, foi cena!” (FARIAS, 2024). Segundo o diretor, esta maneira de fazer, “deixa tudo igual, deixa tudo em linha” (FARIAS, 2024), ele explica que o posicionamento dos atores no cenário, resultante desta configuração espacial, era inevitavelmente numa linha paralela à boca de cena onde os protagonistas ficavam nas pontas para poderem estar na posição adequada para os closes e para os planos cruzados, e os atores coadjuvantes ficavam no centro para ganharem os planos médios. Nesta configuração os personagens não podiam ocupar todo o cenário, não podiam ir para o fundo pois ficariam de costas para a câmera, o que segundo ele, empobreceu extremamente a linguagem da televisão, a marcação dos atores se esgotava rapidamente e não havia perspectiva de se fazer diferente. O diretor conta que sempre que possível, e que nem sempre era pois demandava tempo de uma estrutura feita para que a gravação fosse rápida, ele solicitava para os maquinistas presentes do estúdio fechar a boca de cena com pelo menos uma meia parede: “colocava uma tapadeira que vinha numa rodinha fajuta e cuja emenda sempre ficava mequetrefe” (FARIAS, 2024). Com a boca de cena fechada ele podia ensaiar a gravação por eixo, o que no cinema era frequente mas ainda não se fazia em televisão.

Segundo o diretor, na temporada de 2002 do seriado *A Grande Família*, junto com a equipe de cenografia composta por Lia Renha e Luciane Nicolino, ele conseguiu convencer a empresa que era possível fechar o cenário: “Foi uma loucura porque as pessoas invadiam o *set* de gravação para visitar” (FARIAS, 2024). Farias conta que depois de fechar o cenário ele colocou teto: “e acima do teto tinha milhões de dólares em refletores que ficavam ociosos” (FARIAS, 2024). Ele conclui que *A Grande Família* se tornou pioneira no exercício de encontrar formas de subverter a linguagem televisiva provocando inúmeras inovações

técnicas como, por exemplo, o uso de *chroma key* e que implicaram evidentemente na visualidade da obra.

O sucesso de *A Grande Família* (2002) abriu a porta para novas experiências de linguagem como o seriado *Tapas e Beijos* (2015) onde os cenários também eram fechados, com teto e usavam *chroma*, programa ao qual Maurício Farias se dedicou logo em seguida e cujos cenários e processos de criação serão investigados nos estudos de caso que será feito no capítulo 4.

3.3.2.4. SOBRE O DRESSING:

Como vimos no quadro comparativo, o departamento de cenografia na TV Globo é responsável pelo *dressing* do cenário. Portanto torna-se importante pensar no que consiste este fazer e como ele tem a potência de atribuir sentido ao espaço cênico visual.

Cada espectador traz consigo a vivência diária dos sentidos que configuram a sua experiência pessoal de Mundo. Essa experiência sensorial é afetada pela imagem audiovisual despertando significados e memórias de sensações face à exposição dos diferentes materiais, cores e formas que compõem o universo visual de um produto de audiovisual. Ao *dressar* um espaço o profissional está em busca deste despertar no espectador para que ele reconheça em poucos segundos as características das personagens e da história que está sendo contada.

O *dressing* é parte fundamental do cenário quando se trata de audiovisual, pois ele deverá ser habitado e frequentado pelas personagens em duas ações, de forma que mesmo vazio, o espaço estará *dressado*. Cada peça colocada num cenário, seja uma mobília ou um objeto, é escolhida pelo cenógrafo de acordo com o *lay-out* já desenhado por ele para o cenário cujas especificações sugerem o tamanho, volume, quantidade e a época. Porém devem ser considerados, além dos significados utilitários, os aspectos formais, simbólicos e subjetivos de cada objeto. O *dressing* contém invariavelmente experiências cromáticas, de textura e de materiais que são específicos de uma época, de uma classe social e cultural.

O que está no cenário perpassa a tela e lança o espectador a própria memória fruto de sua experiência sensorial no Mundo. As qualidades visuais dos objetos que compõem um cenário produzem códigos dramáticos que orientam o espectador na apreensão da história. Conforme escreve Hamburger, o *dressing* é necessário para:

A caracterização do universo particular do personagem, sua história e perspectivas de vida, reveladas pelas estéticas conferidas a ele. O estilo, a quantidade, a qualidade dos objetos e móveis que compõem um cenário deflagram a nacionalidade, idade e profissão, estado civil e classe social, ao passo que sua organização no espaço e o estado em que se encontra revelam características importantes de sua personalidade e das circunstâncias de sua vida em dado momento. (HAMBURGUER, 2014, p.45)

Isto significa que o cenógrafo ao escolher o *dressing* de um cenário se coloca no lugar da personagem como se cada objeto fosse escolhido por ela para a composição de sua casa, seu local de trabalho, o bar que frequenta, a rua em que mora, etc.. E estas supostas escolhas das personagens deflagram aquilo que é mais íntimo em seu ser, assim como na vida fora da tela.

O caráter dos cenários, conformado pelos objetos que o compõe, além do tipo de arquitetura e espaço, cor e textura dominante, insere o personagem em um meio específico, posicionando-o no universo circundante, da cidade ao terreno baldio em que é assaltado ou ao escritório em que paga seu aluguel, cada peça adicionada ao espaço cênico contém informações e provocará sensações a serem exploradas pela direção de arte. (HAMBURGUER, 2014, p.45)

Na TV Globo quem explora as potencialidades do *dressing* é a cenografia. Especificamente esta divisão de tarefas me parece mais interessante pois o espaço do cenário deve ser pensado como um todo, e ao fazer a planta de um cenário, já se determina a posição dos móveis e conseqüentemente a movimentação cênica dos atores. Entretanto é importante considerar que como o espaço cênico é um espaço vivo sujeito às mudanças da narrativa, a entrada de uma personagem vestida com uma determinada cor e textura e a colocação de um objeto estrangeiro, tem o potencial de mudar a percepção visual da cena. Neste sentido, a ausência da direção de arte pode ser sentida uma vez que a cenografia não pensa a unidade visual composta também pelos objetos de cena e figurino.

Para que o *dressing* seja adequado ao cenário e às cenas para as quais foi concebido, é necessário que uma decupagem minuciosa do texto seja feita para que se liste os itens e as características mencionadas em texto mas também aqueles que não foram citados mas são imprescindíveis para a composição da atmosfera cênica. Cito como exemplo de *dressing* o que foi feito para o *Bar Boladão* de *Malhação* (2010-2011) cujas pranchas de referência foram mostradas no capítulo 02. Neste cenário, muito além das ações sugeridas pelo texto, era necessário ambientar o bar com relação ao conceito definido com a direção: cadeiras descasadas, móveis de garimpagem forrados e reformados com cores vivas e divertidas, objetos estranhos de decoração, rede, balanço, vitrola, máquina de totó, televisão, ventiladores, pratos, copos, frutas, luminárias, lampadinhas, etc., etc., etc.

Imagem 122: *dressing* do cenário Boladão de *Malhação* (2010-2011)



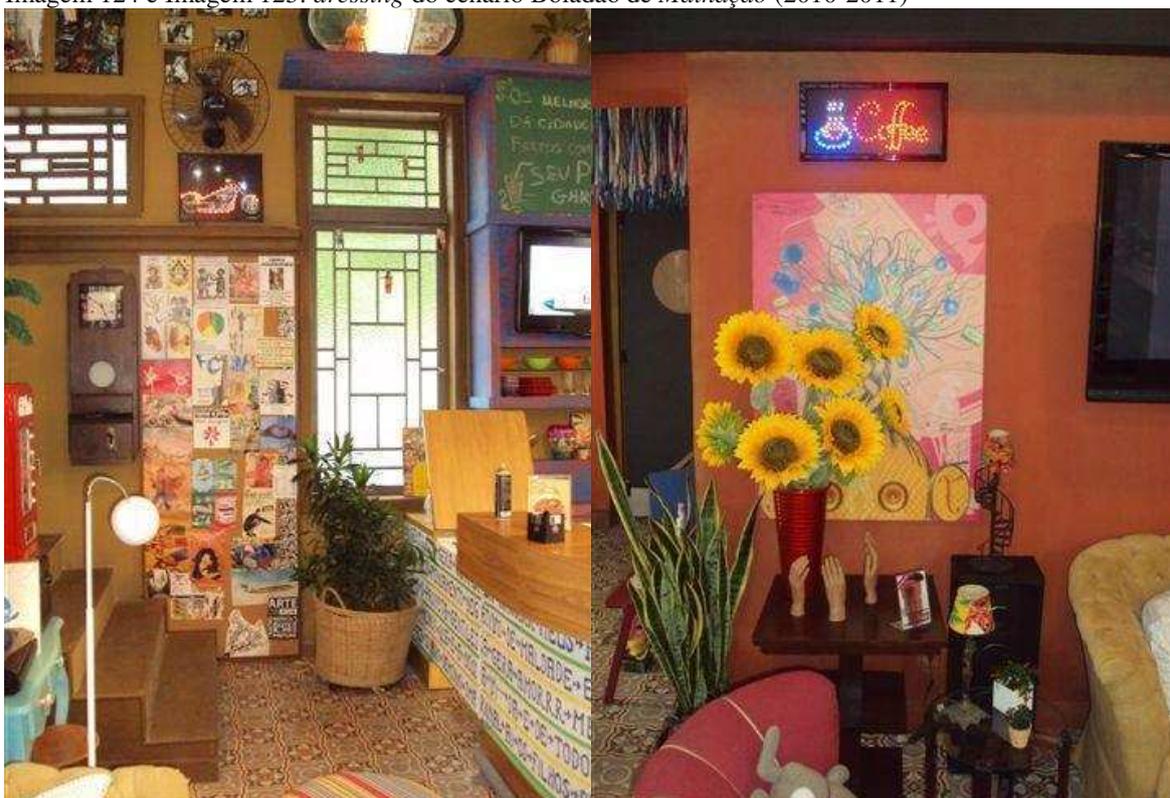
Fonte: Fotografia do cenário Boladão feita pela própria autora.

Imagem 123: *dressing* do cenário Boladão de *Malhação* (2010-2011)



Fonte: Fotografia do cenário Boladão feita pela própria autora.

Imagem 124 e Imagem 125: *dressing* do cenário Boladão de *Malhação* (2010-2011)



Fonte: Fotografia do cenário Boladão feita pela própria autora.

Imagem 125: *dressing* do cenário Boladão de *Malhação* (2010-2011)



Fonte: Fotografia do cenário Boladão feita pela própria autora.

Para se produzir um bom *dressing* é necessário repertório e olhar curioso do cenógrafo que precisa estar atento a tudo o tempo todo para colher as informações, pois absolutamente qualquer coisa, pessoa, fato, etc., pode se tornar referência. Além da possibilidade de comprar e alugar de lojas e fornecedores externos, a TV Globo disponibiliza vários acervos que são construídos diariamente com cada produto disponibilizado para a telinha. O que ocorre é que alguns itens acabam sendo utilizados em um ou mais produtos ao mesmo tempo ou na sequência sendo por vezes reconhecidos pelo espectador mais atento.

3.3.3. O QUE É PRODUÇÃO DE ARTE? QUAL O SEU TERRITÓRIO?

A produção de arte é resultado direto de sua origem. Na medida em que o trabalho da cenografia foi se complexificando tanto no teatro, quanto no cinema e na televisão, vários departamentos foram surgindo para atender as demandas crescentes das artes da representação.

Verifica-se também neste departamento uma pluralidade de denominações entre cidades, estados, cinema, audiovisual, teatro e TV Globo que se estendem também às atribuições. A produção de arte em São Paulo e no Rio de Janeiro exercem funções completamente diferentes, assim como numa equipe do mercado audiovisual fora TV Globo as tarefas dos profissionais não são idênticas.

Em linhas gerais em São Paulo a produção de arte faz o que o coordenação de arte faz no Rio de Janeiro, e no mercado audiovisual o produtor de arte no Rio de Janeiro se ocupa do *dressing* do cenário e algumas vezes dos objetos de cena quando esta função não é atribuída ao produtor de objetos. Na TV Globo como vimos no capítulo 3.1.5., a produção de arte se ocupa essencialmente dos objetos de cena, ou seja, dos elementos citados em texto que estão em relação direta ao personagem e sua ação.

A produção de arte é, portanto, encarregada de dar materialidade para os objetos mais íntimos da personagem e sua ação, são aqueles seres concretos que como uma vestimenta são a extensão do corpo do ator. Os objetos de cena são o suporte da ação sem os quais ela não poderia acontecer, estabelecendo referências sociais, econômicas, culturais e estéticas complementando o trabalho do ator, estando estes intimamente ligados com a alma da narrativa. O espectador através dos objetos de cena recebe informações fundamentais para a compreensão da diegese da ação.

Os objetos de cena constroem ativamente o universo das personagens, o livro que leem, a caneta com que escrevem, o vidro de perfume que possuem, o copo em que bebem, o carro, o animal de estimação, todos os elementos que fazem parte das escolhas cotidianas de uma pessoa materializam a humanidade da personagem. Por exemplo: em uma cena, a personagem recebe uma mensagem no celular; ela pega o celular e lê a mensagem. Esse celular é um *props*, pois ele é fundamental para a ação que está acontecendo. O objeto de cena tem a missão de ocupar o espaço cênico em conjunto com todos os outros elementos visuais colaborando para a elaboração de sentido, estética, despertando afeto e memória. Esse tecido de Mundo concentrado nestes objetos faz parte do campo do sensível, visível ou invisível, transborda na matéria concreta seja ela natural, fabricada, manipulada, ou até mesmo subvertida.

Não necessariamente todos os objetos de cena são escritos e descritos pelo autor, muitos deles dependem do repertório e da imaginação criativa do produtor de objetos, que assim como o cenógrafo precisa sempre fornecer alternativas de ação para o ator num *set* de gravação. Cito como exemplo as cenas em que Nina cozinha para a família Tufão na novela *Avenida Brasil* (2012), o autor algumas vezes – mas nem sempre – apontava o cardápio caso este fosse mencionado no diálogo, e todo o processo de elaboração da comida de cena, as etapas a serem cumpridas, quais objetos fariam parte da ação, desde a faca até a cebola picada, passando pela fumaça da água fervendo na panela, tudo era criação e materialização da produção de arte.

A pesquisa de campo de um produtor de arte exige atenção e curiosidade para o comportamento das pessoas, para que absorvam a infinidade de elementos que precisam garimpar para caracterizar uma personagem e compor uma cena. É preciso que a imagem ganhe vida, que o espaço seja habitado.

Imagem 126: cozinha repleta de objetos de cena na novela *Avenida Brasil* (2012)



Fonte: print screen da cena na cozinha da novela *Avenida Brasil* na plataforma Globoplay.

O produtor de arte da TV Globo encontra, portanto, similaridade com a função de *property master* da indústria cinematográfica norte-americana. *Props* vem da palavra inglesa *property* e significa bens ou propriedade. Neste caso o cenógrafo pode ser considerado o *set decorator* uma vez que ele é responsável por colocar móveis e adereços no cenário, e ambos (cenógrafo e produtor de arte) não se reportam ao diretor de arte como lá, e sim diretamente a direção do programa, sendo fundamental o diálogo entre esses departamentos para que a imagem produzida possua coesão conceitual.

O *property master* é responsável pelos objetos e props manuseados e usados pelos atores. Ele trabalha com o *set decorator* e o *production designer* para identificar todos os *props* necessários e é responsável por obtê-los. O *property máster* consulta e colabora com o *production designer* para identificar e então vai atrás e pega todos os *props* necessários para a história. O *production designer* veterano Albert Brenner explica. “As pequenas coisas como um olho de vidro que alguém usa, ou um relógio de pulso, ou um prato de comida – este é o trabalho do *props master*. Ele irá cuidar disso, mas o que dá para os atores manusearem, na maioria das vezes é decidido pelo departamento de arte. (LOBRUTTO 2002, p. 50)

No exemplo que segue abaixo, a produção de arte determinou, com a aprovação da direção, que na casa do Tufão, ao contrário do clichê da “casa de rico” onde as personagens frequentemente bebem uísque, todos beberiam cerveja de garrafa. Max aparece em primeiro plano numa ação corriqueira de jogar baralho que demonstra além da falta de ocupação da personagem, o hábito popular de beber cerveja e comer um aperitivo de queijo. Importante

perceber que a ação da personagem Max em nada contribui para o texto que está sendo dito, mas é feita para passar informações fundamentais sobre as personagens envolvidas. O ato de beber uísque é associado imediatamente às famílias de classe alta e beber cerveja as famílias de classe baixa, embora a família do Tufão tenha ascendido economicamente, pela sinopse a ascensão não se deu culturalmente, e os objetos de cena, junto com a arquitetura do cenário e seu dressing, tentam passar este recado. Falam que apesar da riqueza, a essência suburbana continua a mesma, e principalmente que isto é motivo de orgulho.

Imagem 127: cena em que max bebe cerveja e joga paciência na novela *Avenida Brasil* (2012)



Fonte: print screen da cena da novela *Avenida Brasil* na plataforma Globoplay.

Os objetos de cena também são capazes de evocar memórias e afetos nos espectadores e transferir esses sentimentos aos personagens através do reconhecimento. Abrir uma caixa empoeirada, abrir um livro com as páginas grudadas, uma vela gasta, a lenha que virou carvão, o batom vermelho gasto, o café no copo, o lápis mordido na ponta, etc. cada objeto é a materialização de uma história e traz consigo a vida da personagem que se apropria dele. Segundo Hamburger, os objetos “falam da vida que habita, habitou ou habitará aquele ambiente. Explicando gostos pessoais ou qualidades circunstâncias, apoiam e contracenam com os atores em suas ações.” (HAMBURGUER, 2014, p.44)

Jean Baudrillard em seu livro *O Sistema de Objetos*, escreve que cada objeto tem no mínimo duas funções, uma de ser usado e outra de ser possuído e sua existência está

necessariamente condicionada a sua relação com o indivíduo a quem pertence de uma forma ou outra:

Os objetos neste sentido são, fora da prática que deles temos, num dado momento, algo diverso, profundamente relacionado com o indivíduo, não unicamente um corpo material que resiste, mas uma cerca mental onde reúne, algo de que sou, o sentido, uma propriedade, uma paixão. (BAUDRILLARD, 1993, p.94)

O que implica necessariamente que cada escolha que o produtor de arte faz de objeto - com suas cores, matérias e texturas - para que a personagem use, se aproprie, ignore, se relacione; revela um universo próprio que ativa no espectador sentido, afeto e memórias. Importante considerar que diferentemente do teatro, onde os elementos de cenografia são vistos a uma distância maior pelo público, no audiovisual a câmera pode registrá-los de maneira a ficarem maior do que são na realidade. Portanto os menores objetos podem ter uma importância cênica gigante.

3.3.3.1 UM POUCO DE HISTÓRIA da produção de arte na televisão

As origens dessa função, diferentemente da origem da cenografia que é paralela à existência da arte da representação, vem junto a uma demanda de produção criada pela própria TV Globo. A produtora de arte Ana Maria de Magalhães, em seu livro *Brincando de Casinha* (2022), conta que este departamento foi criado inicialmente para fornecer aos autores, diretores e atores orientações de pesquisas históricas para que as cenas estivessem amparadas pela verdade e correspondessem à época em que estavam sendo ambientadas. Os objetos, o cenário, o figurino e os costumes da época seriam então, através da pesquisa feita pela produtora de arte, condizentes com o que estavam representando. Magalhães explica que mesmo sendo histórias e obras de ficção, a demanda dos programas de dramaturgia na televisão era a de reproduzir uma realidade e o papel de quem trabalhava na produção de arte era tentar se aproximar ao máximo desta realidade sendo verossímil.

“Quando fomos oferecer esta função na Globo, Daniel Filho propôs que passássemos uma semana acompanhando a gravação de uma novela nos ensaios e em seguida no *set* e, então, apresentássemos um plano de como esta função poderia ser realizada, e foi o que fizemos.” (OLIVEIRA, apud MAGALHÃES, 2022, p.22)

Formada em História, entrou na TV Globo em 1976 para responder pela pesquisa histórica das novelas das 18:00 horas que concentravam temas de época. Ela acabou se

tornando uma referência na produção de arte da TV Globo e por conseguinte na teledramaturgia brasileira ao lado de Lila Bôscoli, Tiza Oliveira e Cristina Médicis.

Nesta primeira novela, tive que fazer um levantamento histórico sobre os acontecimentos da época no Brasil e no mundo, para servir de pano de fundo para a história. Tirava fotos de reportagens, de fotografias e levava para o autor. Ele foi gostando deste meu trabalho, porque o ajudava a construir o cotidiano dos personagens e depois de três meses pediu minha contratação. Foi em abril de 1976. (MAGALHÃES, 2022, p. 23.)

Segundo Magalhães (2022), Lila e Tiza inventaram o trabalho da produção de arte dentro da TV Globo que tinha como principal objetivo fornecer para a produção de um programa aquilo que não estava necessariamente na rubrica dos autores, mas que poderia enriquecer a cena e a história. Constatou-se que passar somente as informações da pesquisa para a direção não era suficiente, pois no momento da gravação elas não eram respeitadas e seguidas pelas equipes. A solução dada foi a de acompanhar as gravações para apontar os erros de comportamento dos atores e demais membros da equipe e corrigi-los para a maior adequação das personagens ao que deveriam representar, assim como de figurinos, objetos e cenários. Tisa explica que: “este aconselhamento deveria ser feito diretamente ao diretor, ficando, a seu critério, aceitar ou não e repassar a observação aos atores.” (OLIVEIRA, apud MAGALHÃES, 2022, p.22). Então a produção de arte, além de trabalhar na pré-produção, começou também a acompanhar a gravação.

Eu comecei a ir às gravações e fui dizendo que certas coisas não estavam de acordo com a época. teve vezes de eu me colocar na frente da câmera para explicar que aquilo não podia ser gravado, estava errado. Às vezes era um jeito do ator/atriz se vestir e falar, ou era algum objeto impróprio. E tinha que ter um cuidado extremo porque havia muita crítica. (...) Passei a ser não só a pesquisadora, mas a pessoa que cobrava os dados que tinha fornecido a todos os departamentos da novela: roteiro, cenografia, figurinista, cabeleireiro, maquiador. (MAGALHÃES, 2022, p.24)

3.3.3.2 DIREÇÃO DE ARTE PRODUÇÃO DE ARTE E CENOGRAFIA

O fator fundamental da atuação da produção de arte na TV Globo que a difere da produção de arte no cinema é sua presença no *set* de gravação, ao lado da direção, frente ao monitor, acompanhando cena a cena e decidindo os objetos principais da ação dramática. Isso faz com que muitos profissionais que não conhecem o funcionamento e distribuição das atribuições entre os departamentos confundam a produção de arte na TV Globo com direção de arte.

Na TV Globo, como já visto, a produção de arte acompanha o *set* de gravação e é responsável pelos objetos de cena. Em alguns programas, como é o caso de novelas, a cenografia não possui equipe suficiente para deixar um assistente acompanhando o *set* nas cinco frentes de gravação concomitantes e ainda produzir os cenários dos próximos capítulos. A sala da produção de arte fica ao lado do estúdio, as salas da cenografia ficam nos módulos de produção ou no prédio de criação, ou seja, são distantes a pelo menos 10 minutos do *set*, o que para uma diária com 20 cenas pode parecer uma eternidade. Não há tempo a perder esperando a cenografia, portanto a produção de arte muitas vezes, é obrigada a tomar a frente e decidir impasses de outros departamentos.

Porém a produção de arte não faz o *dressing* do cenário, tão pouco cria o cenário e faz seu projeto executivo, a produção de arte não define locação e também não determina a paleta. Ela raramente tem contato com a direção de fotografia antes do dia da gravação, seu trabalho está distante do trabalho do fotógrafo embora dependa dele diretamente.

Se colocarmos lado a lado as funções exercidas pela produção de arte e cenografia na TV, e pela direção de arte no cinema, conseguimos criar um quadro comparativo de atribuições:

DIREÇÃO DE ARTE CINEMA.	PRODUÇÃO DE ARTE DA TV GLOBO.	CENOGRAFIA DA TV GLOBO.
Conceitua a visualidade.	Segue o conceito da cenografia.	Conceitua a visualidade.
Cria a paleta de cor do filme.	Segue a paleta de cor da cenografia.	Cria a paleta de cor dos cenários e distribui para todas as equipes.
Escolhe a locação junto com a direção e produção e passa para toda a equipe o que nela deverá ser feito.	Pode receber ou não as fotos da locação da produção ou do assistente de direção, pode receber ou não as informações das interferências que a cenografia vai fazer. É possível que tome conhecimento da locação somente no dia da gravação.	Escolhe a locação junto com a direção e produção e passa para toda a equipe o que deverá ser feito. Faz o projeto de intervenção da cenografia que deve constar todas as construções cênicas necessárias tais como tapadeiras, com cores e aplicação de texturas quando necessário de acordo com seu próprio conceito que foi aprovado com a direção. Fiscaliza a execução que é feita pela D.I.
Coordena o trabalho do cenógrafo conceituando	Não escolhe móveis e objetos e não faz o <i>dressing</i>	Escolhe móveis e objetos e faz o <i>dressing</i> do cenário.

todos os projetos assim como do produtor de arte e do produtor de objetos.	do cenário. Cuida dos objetos de cena. Pode ou não estar em contato com o cenógrafo para escolher os objetos de cena de acordo com o <i>dressing</i> feito pela cenografia. Pode ou não estar em contato com o figurino para conceber os objetos pessoais das personagens em diálogo com o figurino.	
Aprova o que vai ser executado.	Coordena equipe de contrarregras de cena. Coordena fornecedores de objetos de cena específicos.	Coordena equipe de construção, pintura, forração, adesivagem, contrarregras e ajudantes.
Aprova o que vai ser comprado.	Solicita a compra do material, não se preocupa com o transporte e com a armazenagem.	Solicita a compra do material, não se preocupa com o transporte e com a armazenagem.
Aprova o orçamento.	Faz e coordena orçamento.	Aprova e ajusta o orçamento.
Conceitua o cenário e aprova com a direção do filme.	Não conceitua o cenário, conceitua os objetos de cena e aprova junto a direção do programa.	Conceitua o cenário e aprova o conceito, assim como o seu desenho com a direção do programa.
Acompanha a filmagem no <i>set</i> , participa das decisões de enquadramento e movimenta móveis e objetos para compor o quadro. Sinaliza para a direção quando alguma câmera revela algum defeito no acabamento do cenário e aciona a equipe de contrarregras de cena para resolver os problemas.	Acompanha a gravação, se preocupa com os objetos de cena para que todos estejam disponíveis no momento em que for necessário. Fica atenta ao que os outros departamentos produziram para que a pesquisa seja respeitada. Ouve o texto dos atores para corrigir possíveis erros de português se for o caso. Não se ocupa da movimentação de <i>dressing</i> e nem se possíveis defeitos do cenário estão sendo revelados pelas câmeras.	Raramente acompanha a gravação pois não há equipe suficiente para cobrir todas as frentes de trabalho. Quando acompanha não se envolve com os objetos de cena, mas pode opinar em enquadramentos e movimenta móveis e adereços para compor o quadro. Sinaliza para a direção quando alguma câmera revela algum defeito no acabamento do cenário e aciona a equipe da DI para resolver os problemas.

Essas atribuições colocadas lado a lado revelam que as tarefas da direção de arte se distribuem entre esses dois departamentos da TV Globo e denunciam que nenhum cenógrafo ou produtor de arte exerce o papel de diretor de arte em toda a sua abrangência e complexidade. Este quadro comparativo mostra a interdependência dos departamentos da

criação na TV Globo. Produção de arte e cenografia precisam dialogar para que o que cada um produz separadamente converse entre si. Não faz parte do protocolo e da linha de montagem que o diálogo seja feito entre esses departamentos, portanto depende exclusivamente da vontade de se realizar um trabalho coletivo que respeite e considere a criação do outro e da postura profissional de cada um que deve ser mantida fora das disputas de ego e questões orçamentárias. Na ausência de um diretor de arte, ou de alguém que exerça de fato esta função, a existência de um conceito visual único e coeso em torno da obra, ou seja, da direção de arte, depende do diálogo entre os departamentos para que o trabalho não ocorra de forma dissociada.

3.3.4. O QUE É FIGURINO? QUAL O SEU TERRITÓRIO?

Na concepção do espaço cênico visual o figurino ocupa um lugar primordial, portanto, embora este não seja objeto desta análise torna-se importante mencionar alguns aspectos deste departamento, pois a percepção da cenografia é permeada pela caracterização das personagens.

Na televisão o ator é o objeto principal da narrativa, o agente da ação e do texto que é falado, e dentro deste conceito a caracterização de uma personagem neste corpo movente é o ponto ativo do quadro. Este corpo se desloca no espaço e no tempo construindo a cada novo quadro uma composição imbuída de sensações a partir da relação estabelecida com o ambiente onde se insere e com as outras personagens.

Assim como na escolha dos objetos, a escolha das vestimentas com determinada modelagem, cor, texturas, materiais, acessórios, assim como do corte de cabelo, maquiagem e coloração sugerem aspectos psicológicos e emocionais sugerindo não somente a situação econômica e social, política e histórica da personagem, mas também indica seu passado, presente e futuro, seus medos, sonhos e pesadelos, retrata seu papel na estrutura dramática do programa e sua relação com as demais personagens.

Vestir implica em se proteger, responder a rituais, transmitir uma determinada imagem, estabelecer vínculos sociais, além do desejo de beleza. A roupa permeia as relações entre a pessoa e o seu entorno, se constituindo em um sistema de representação. Ela altera a aparência e a forma do corpo definindo silhuetas específicas ao longo do tempo. O uso da roupa se patenteia numa manifestação sócio-cultural, a pessoa que a usa expressa a sua identidade e sua inserção em um determinado meio. Este desejo de expressão, em alguns casos implica em intervenções diretas e definitivas sobre o corpo tais como tatuagens, escoriações,

piercings, alargadores de orelhas, etc... estamos considerando então como vestir toda a atividade de se ornamentar (penteados, adereços etc.). (JACOB. 2006, p. 58-59)

Assim como na cenografia, no *dressing* e nos objetos de cena, o figurino também é capaz de despertar memórias sensoriais produzindo sentido e reconhecimento no espectador. Uma roupa de couro preta apertada, um sapato de salto de verniz vermelho, um moletom azul de plush, uma capa de chuva de plástico amarela, são roupas que evocam a vivência cotidiana, elas também são cores, texturas, barulhos, cheiros, são lembranças, sensações que evocam uma maneira de ser e de estar naquele determinado tempo dramático. Cada peça do vestuário é lida, mesmo que involuntariamente, como um signo pertencente a códigos sociais. O figurino também não precisa seguir as tendências da moda, a não ser que estas sejam uma marca da personagem, inclusive estar fora da moda pode ser uma característica importante que deve ser perseguida pelo figurino.

O figurino representa um forte componente na construção do espetáculo, seja no cinema, teatro ou na televisão. Além de vestir os artistas, respalda a história narrada como elemento comunicador: induz a roupa a ultrapassar o sentido apenas plástico e funcional, obtendo dela um estatuto de objeto animado. Percorre a cena no corpo do ator, ganha a necessária mobilidade, marcará a época dos eventos, o status, a profissão, a idade do personagem, sua personalidade e sua visão de mundo, ostentando características humanas essenciais e visando à comunicação com o público. (LEITE, 2002, p.62)

Paulo José ao falar sobre o figurino da televisão afirma que “o vestuário faz parte da cenografia” (SOUZA, 2014, p.189). O autor ainda diz que todas as observações feitas a respeito da cenografia podem ser feitas para os figurinos. Portanto ele, da mesma forma que fez com a cenografia, elenca certas características que o figurino deve apresentar:

INFORMATIVO – Despertar os aspectos sociais das personagens: nível econômico, extração social, profissão, padrões de consumo, hábitos comuns a sua classe, nível cultural, etc. (SOUZA, 2014, p. 189)

NARRATIVO – O tratamento da roupa deve auxiliar na compreensão das características psicológicas e estados emocionais das personagens. Avaliar aqui seu caráter expressivo, sua forma emocional. Utilizar adequadamente as cores e tonalidades, de acordo com a qualidade dramática da cena. (SOUZA, 2014, p. 189)

FUNCIONAL – O figurino deve atender às necessidades práticas da gravação. Como em teledramaturgia grava-se por cenário, blocos de seis a sete capítulos, os atores têm uma grande quantidade de troca de roupa durante um dia de gravação. Simplificar ao máximo as tarefas de abotoar e desabotoar, usando os recursos do velcro, zíper etc., desde que isso não venha a comprometer sua aparência nem traia a fidelidade à época em que se passa a história. (SOUZA, 2014, p. 189)

QUALIDADE PLÁSTICA – Qualidade visual, isto é, a empatia que deve provocar independentemente dos aspectos imitativos ou expressivos. Em outras palavras, as roupas devem ser interessantes, boas de serem vistas. (SOUZA, 2014, p. 190)

A vestimenta cênica precisa colaborar para que a personagem seja reconhecida imediatamente ao entrar na tela da televisão. Deve ser cúmplice do estado emocional da

personagem, daquilo que busca se expressar mesmo na tentativa de se esconder, e ainda se adequando ao corpo do ator com todas as suas individualidades e especificidades. Adriana Leite afirma que, “ao produzir uma roupa, o indivíduo a idealiza a fim de moldá-la sobre o corpo, tal qual uma segunda pele. A roupa não apenas o envolve, mas a ele se incorpora.” (LEITE, 2002, p. 50)

O texto é tudo. Não é vestir a palavra em si, ao pé da letra. Se você fizer assim, não fará figurino. Você vai ser um artista egoísta! Porque não se pode fazer o figurino completamente independente de um cenário, de uma trama, de uma história, ... não se pode chegar e dizer: “Que lindo! Quero vestir a mulher de turquesa com babados de 17 metros, chapéu...” É preciso trabalhar em conjunto sempre. A melhor maneira é trabalhar em conjunto. Você não está sozinho, não faz trabalho solitário, e sim um trabalho em equipe. Então, quando se ouve o diretor, o autor, tem-se mais munição para armazenar e dar o tiro certo. (LESSA, apud LEITE, 2002, p.66)

Assim como a cenografia, o figurino também precisa se adaptar aos diferentes meios de representação. Ao ser elaborado para servir a uma ópera, uma peça de teatro, carnaval, cinema ou televisão, ele adquire particularidades e características que respondem às necessidades próprias de cada expressão. Na televisão por exemplo é necessário se preocupar que determinadas estampas ou texturas podem provocar o efeito *moiré* que faz com que linhas verticais e horizontais – encontradas em listas finas, tramas espinha de peixe, ou *peid-de-poule* (*pé de galinha*), *petit pois* (bolas muito pequenas) - tremam por conta do tipo de captação e a resolução da imagem. Também é preciso considerar que diferentemente do teatro os figurinos poderão ser vistos em maior escala na tela do que realmente são, detalhes podem se tornar extremamente importantes. E devido ao tamanho da tela, é necessário ter atenção com grandes massas de cores idênticas se misturando ao protagonista que deixa de ter importância no quadro. Também é necessário considerar o retorno da cor do figurino ao rosto do ator, que pode enrubrecer ou empalidecer de acordo com a roupa.

Na tela pequena, não se pode poluir muito, por ela ser extremamente pequena; não são os 70 milímetros do cinema, ou um palco em que as cores, o vermelho, por exemplo, pode conviver harmonicamente ao lado do amarelo, do rosa, porque aquele espaço todo permite. Além do que: a televisão é muito ingrata, ela engorda e achata as pessoas. Então tem que se ter muita preocupação com isso, principalmente quanto à forma e a cor, senão o trabalho é todo destruído. (LACERDA, apud LEITE, 2002, p. 93)

Diferentemente do cinema, na TV Globo o departamento do figurino não parte dos conceitos estabelecidos pela direção de arte para a elaboração de suas propostas. Através da leitura do texto e da sua própria decupagem, apresenta o projeto diretamente para a direção do programa, cabendo a ela a coordenação do produto para que ele tenha um conceito coeso. Neste sentido o bom relacionamento entre os departamentos artísticos, cenografia, produção

de arte, figurino e caracterização é essencial para a unidade conceitual. Por exemplo, ao definir a paleta de cor do cenário o cenógrafo influencia o figurino e a recíproca é totalmente verdadeira, se esta informação não chega a todos os departamentos, o risco de ocorrerem desajustes é grande.

3.3.5. COAUTORIA E PROCESSO COLETIVO

Para ajudar a pensar os bastidores da criação artística, recorro a Cecília Almeida Salles em seu livro *Redes de Criação - Construção da obra de arte* (2006), que incorpora o movimento construtivo processual da obra de arte na sua análise. O conceito de rede abordado pela autora se torna imprescindível para analisar obras de audiovisual sobretudo na TV Globo onde os departamentos que compõem a criação de ambientes concentram em si as características do trabalho coletivo, simultaneidade de ações, e intenso estabelecimento de sentido a partir de atividades multidisciplinares que precisam dialogar entre si.

Por trabalho coletivo a autora coloca que as discussões são fundadas no questionamento da autoria considerando ser uma obra com múltiplos autores, fundadas na relação dialógica que acontece na interação de desejos e subjetividades em um projeto comum. Os processos aparentemente individuais se dão impreterivelmente nas relações com os outros. A direção de arte na TV Globo só consegue se constituir a partir da relação dialógica entre todos os departamentos que compõem a criação de ambientes.

É importante definir a autoria da direção de arte nos programas de televisão sob essa perspectiva relacional e processual em uma rede complexa de construção permanente. A direção de arte na TV Globo vai se materializando em tempo real e não linear, convidando todos os profissionais envolvidos a serem cúmplices desse jogo fragmentado, imprevisível, incontrolável embora parte do modo de produção industrial. A autoria se estabelece nas relações, nas interações que sustentam a grande rede de criação que vai se estabelecendo ao longo do processo da linha de produção circular e contraditoriamente não linear.

A interferência de tantos autores implica num processo de criação em constante movimento sujeito a interferências do início ao fim de elementos novos e inesperados. Todas as contribuições dos diferentes profissionais que compõem as equipes são relevantes e são capazes de mudar a direção do trabalho.

4 - HISTÓRIAS E FICÇÕES.

Qualquer semelhança com pessoas vivas ou mortas e com fatos reais terá sido mera coincidência.

Nas palavras de Chateaubriand: (...) a máquina mais subversiva para influenciar a opinião pública – uma máquina que dá voo para a fantasia mais caprichosa e reúne os grupos mais abrangentes da humanidade. (BARBOSA, apud SVARTMAN, 2024, p.14)

A televisão foi o meio de comunicação hegemônico a partir da segunda metade do séc. XX até este início do séc. XXI. Teorias sobre a sociedade contemporânea foram construídas estruturadas a partir da inserção desse meio nos sistemas políticos, sociais e econômicos. Entretanto, o sistema de produção da televisão e seu impacto na visualidade ainda é um desconhecido sistema de expressão. Os estudos se debruçam sobre conceitos como: empreendimento mercadológico, sistema de controle político e social, sustentáculo do regime econômico, máquina de moldar o imaginário, etc. Porém as atenções quase nunca se voltam para o conjunto de trabalhos audiovisuais que a televisão efetivamente produz e a que os espectadores efetivamente assistem. Arlindo Machado, um defensor das pesquisas sobre televisão, afirma que existe vida inteligente na televisão e pergunta se a televisão deveria pagar sozinha pela mercantilização generalizada da cultura:

Dizer que na televisão só existe banalidade é um duplo equívoco. Em primeiro lugar, há o erro de considerar que as coisas são muito diferentes fora da televisão. O fenômeno da banalização é resultado de uma apropriação industrial da cultura e pode ser hoje estendido a toda e qualquer forma de produção intelectual do homem. (MACHADO, 2003, p. 09)

Indiscutivelmente, seja em prol da arte ou do lucro, há muito tempo e ainda na atualidade a narrativa seriada é o gênero popular por excelência no Brasil. Alienando ou emancipando, ao longo de todos esses anos os programas evoluíram e transformaram-se em um fenômeno cultural no país. Para iniciar este capítulo onde investigo a cenografia em quatro exemplos diferentes de programas escolhidos por cada um deles representar um tipo específico de produto, porém dentro do escopo da narrativa seriada, torna-se importante estabelecer certas premissas conceituais que poderão nortear este presente estudo. Como ponto de partida, é necessário refletir sobre o conceito de programa, produto, descrever os diferentes gêneros e aquilo que tenho chamado de narrativa seriada.

A televisão abrange um conjunto bastante amplo de programas audiovisuais – que demandam respostas cenográficas diferentes -. Programa é qualquer série sintagmática que possa ser tomada como uma singularidade distintiva, com relação às outras séries sintagmáticas da televisão. Um programa pode ser uma peça única ou pode ser dividido em

capítulos ou episódios. Cada programa, cada capítulo de um programa, cada bloco, cada vinheta, cada intervalo publicitário, constitui aquilo que a semiótica chama de enunciado. Para o filósofo russo Mikhail Bakhtin, o enunciado é a unidade da comunicação discursiva, ele é a representação de uma realidade, que ao mesmo tempo que a retrata, também a ressignifica. Os enunciados televisuais são apresentados aos espectadores numa variabilidade praticamente infinita. Isso se expressa não somente através dos conteúdos verbais, mas no modo de articular os elementos visuais. Esse modo de trabalhar a matéria televisiva é chamado de gênero por Bakhtin (2022).

A palavra gênero deriva do latim *genus/generis* (família, espécie). Para este filósofo, o gênero é uma força aglutinadora dentro de uma determinada linguagem, um modo de organizar ideias e recursos expressivos, suficientemente estratificado numa cultura, de modo a garantir a comunicabilidade dos produtos e a continuidade dessa forma junto às comunidades. É o gênero que orienta o uso da linguagem no âmbito de um determinado meio, pois é nele que se manifestam as tendências expressivas mais estáveis e organizadas, acumuladas ao longo de várias gerações de enunciadores. O gênero é sempre o novo e o velho ao mesmo tempo, nasce e se renova em cada etapa do desenvolvimento, é uma categoria fundamentalmente mutável e heterogênea onde cada enunciado pode estar replicando muitos gêneros ao mesmo tempo. A riqueza e a diversidade dos gêneros discursivos são ilimitadas, porque as possibilidades de atividade humana são também inesgotáveis e porque cada esfera de atividade contém um repertório inteiro de gêneros discursivos que se diferenciam e se ampliam na mesma proporção que cada esfera particular se desenvolve e se torna cada vez mais complexa. Os gêneros praticamente infinitos atuando desta forma dialógica mostram a variabilidade existente nos programas televisivos.

O programa produzido na TV Globo, também chamado de produto pela própria empresa, se divide em macro-gêneros televisivos básicos: jornalismo; esporte; variedades, também chamados de entretenimento ou linha de show; humor; infantil; educação; e dramaturgia seriada, também chamado de ficção seriada ou narrativa seriada. Publicidade também pode ser considerada um gênero televisivo porém raramente foi produzida pela TV Globo. Cada um desses macro-gêneros se subdivide e se entrelaça, por exemplo, um programa de entrevistas pode estar situado em variedades e em jornalismo, um programa de humor em variedade e dramaturgia seriada.

O objeto central deste trabalho se concentra nas narrativas seriadas produzidas pela TV Globo entre os anos 2000 e 2020, por esta ter adotado a serialização como a principal forma

de estruturação de seus produtos audiovisuais, e ter dedicado a ela a maior parte de seus recursos. Nestas formas narrativas onde a serialidade é a apresentação descontínua e fragmentada do programa televisual, a história é estruturada em capítulos ou episódios, cada um deles apresentado em dias diferentes e subdividido, em blocos menores, usando do artifício dos ganchos – cortes com suspense onde o espectador aguarda ansiosamente pelo desfecho - para a entrada dos comerciais e ou chamadas para outros programas. Os comerciais tornaram-se momentos importantes para garantir um tempo, para ir ao banheiro, pegar um lanche, de respirar para absorver a tensão e a dispersão; assim como se tornaram um modelo de negócio, fonte de renda para a emissora que passa a vender o horário para a publicidade. Se os intervalos fossem suprimidos, e os vários capítulos diários fossem colocados em continuidade numa mesma sequência, sem que eles pudessem ser descontinuados pela vontade própria do espectador, certamente muitas pessoas não conseguiriam acompanhar mais o programa e o interesse diminuiria. Fato que quando não há intervalo, um outro tipo de narrativa deve ser concebida sem a necessidade de um gancho. Contextualizando, antes do streaming, o espectador não podia interromper a programação e reiniciar conforme sua necessidade e vontade, assim como não havia a possibilidade de rever algum capítulo, o que é determinante para as características que a narrativa seriada possui no período estudado onde cada novo capítulo ou episódio repete um conjunto de elementos já conhecidos e introduz novos, e trabalha com a construção de suspense de um capítulo para o outro para suscitar o interesse do espectador em ver o próximo capítulo.

Durante os anos 2000 e 2020 a TV Globo produziu principalmente 3 tipos de narrativas seriadas:

- 1) **Novela e Macrossérie:** Produto de dramaturgia diária onde existe uma única narrativa principal e várias outras menores que acontecem paralelamente a trama principal ou que se entrelaçam, perdurando todos os capítulos. É uma obra aberta, de muitos capítulos que são escritos no decorrer da exibição tomando a pesquisa de opinião pública como direcionamento. Chama-se diária pois os capítulos são exibidos diariamente na mesma hora. Podemos considerar *Avenida Brasil* (2012), *Paraíso Tropical* (2007), *Duas Caras* (2007-2008), *Malhação* (1995-2020), *Sinhá Moça* (2006), como alguns exemplos de novelas. *Aquarela do Brasil* (2000); *Mad Maria* (2005); *JK* (2006); *Amazônia, de Galvez a Chico Mendes* (2007); são exemplos de macrosséries.

2) **Seriado:** Produto de dramaturgia semanal onde cada episódio é uma história completa e autônoma, com começo, meio e fim e com os mesmos personagens principais. Pode não haver ordem de apresentação dos episódios, o espectador pode-se invertê-los ou embaralha-los aleatoriamente, sem que a situação narrativa se modifique completamente. Ao mesmo tempo, há aqueles seriados onde existe um conflito central que acompanha todos os episódios mas que nunca se resolve. Existem seriados onde a única coisa que se repete nos vários episódios é o espírito geral das histórias, ou a temática; porém, em cada unidade, não apenas a história é completamente diferente das outras como os personagens são diferentes, os atores, os cenários, e às vezes a equipe de realizadores. Geralmente são obras abertas cujos episódios são escritos em paralelo à exibição e tomando a pesquisa de opinião pública como direcionamento. Chama-se semanal pois é exibida uma vez por semana. Podemos considerar *Carga Pesada* (2002-2007), *Aline* (2009-2011), *Brava Gente* (2000 a 2003), *A Grande Família* (2001-2014), *Os Normais* (2001-2003), e *Tapas e Beijos* (2011-2015), exemplos de seriado sendo que coincidentemente muitos deles misturam o gênero da narrativa seriada ao gênero de humor.

3) **Série ou Minissérie:** Produto de dramaturgia diária que possui as mesmas características de uma novela, ou seja, existe uma única narrativa principal e várias outras menores que acontecem paralelamente a trama principal ou que se entrelaçam, perdurando todos os capítulos; porém se trata de uma obra fechada com um número bem inferior de capítulos. Cito como exemplo de série: *A Fórmula* (2017), *Cidade Proibida* (2017), *Aonde Nascem os Fortes* (2018), *Justiça 1* (2016), *A Cura* (2010).

Naturalmente estes três tipos de narrativas podem se misturar, se confundir, podem incorporar aspectos e características da outra, assim como podem também se entrelaçar com outros gêneros produzindo uma infinidade de programas diferentes.

4.1. OI, OI, OI. AVENIDA BRASIL

Vem aí, mais um campeão de audiência!

Parto aqui da premissa de que novela é uma obra aberta, de dramaturgia diária cuja exibição inédita ocorre de segunda-feira a sábado, seis dias por semana, em horário fixo com intervalos comerciais e principalmente situo o estudo numa época em que não havia possibilidade de rever o capítulo ao menos que este fosse gravado numa fita de videocassete. Devido a essas características citadas acima, as famílias se reuniam em frente da televisão, marcavam seus compromissos noturnos para após a exibição. Os capítulos eram comentados ou durante ou logo no dia seguinte, conversava-se sobre eles em casa, no trabalho, na escola, no elevador; era um assunto para se ter com qualquer pessoa, tal como comentar sobre o tempo. Enquetes eram feitas e institutos encomendam pesquisas para saber a opinião pública e mais atualmente, depois dos anos 2010 com a popularização da internet, os comentários foram feitos em tempo real através das redes sociais, dando assim um retorno imediato à emissora. Esther Hamburger (2011) pondera que a televisão se estabeleceu como um meio capaz de abordar os mais variados segmentos em termos sociais, de idade e regionais. Felipe Muanis (2018) observa que a televisão também proporciona uma sensação de “estar atualizado” o que leva o espectador a consumir um determinado conteúdo dentro de um determinado prazo para participar de conversas e debates em seu grupo social.

Há mais de sessenta anos após a sua primeira exibição, é possível afirmar que a novela no Brasil ganhou visibilidade como agente do debate sobre a cultura brasileira e a identidade do país e conquistou um lugar como produto artístico e cultural. Segundo Maria Immacolata Vassalo Lopes, em seu artigo *Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação* ela pode ser considerada um dos fenômenos capaz de representar a modernidade brasileira, constituindo-se “um veículo privilegiado do imaginário nacional, capaz de propiciar a expressão de dramas privados em termos públicos e dramas públicos em termos privados”. (LOPES, 2003, p.19).

A telenovela no Brasil conquistou reconhecimento artístico e cultural e ganhou visibilidade como agente central do debate sobre a cultura brasileira e a identidade do país. Ela também é um dos fenômenos mais representativos da modernidade brasileira, por combinar o arcaico e o moderno, por difundir dispositivos narrativos anacrônicos e imaginários modernos e por ter a sua história fortemente marcada pela dialética nacionalização-massmediação. (LOPES, 2003, p.17).

Ao trazer temas do cotidiano que problematizam questões sociais para atrair o público, tais como: reforma agrária, coronelismo, especulação imobiliária, as companhias

multinacionais, a corrupção política, racismo, as minorias, etc; a novela tornou-se um veículo de ampliação do espectro dos padrões de comportamento humano. Ou seja, temas locais ou que eram tratados apenas em âmbito privado, passaram a ser levados para um grande público. “A novela tornou-se uma forma de narrativa sobre a nação e um modo de participar dessa nação imaginada” (LOPES, 2003, p. 30).

A novela desenvolvida pela TV Globo, não se satisfaz com o drama radiofônico revisitado dos seus primeiros anos de existência, e tornou-se um procedimento audiovisual singular que resultou em um produto feito com recursos técnicos, humanos e materiais que só se tornou possível graças ao modo industrial de produção.

Na TV Globo classifica-se a novela por categoria dramática, tempo e espaço, tema, modelo narrativo e conflito central (Souza, 2014, p.232). A categoria dramática pode ser romance, comédia, melodrama; o tempo pode ser contemporânea, histórica, futurística; o espaço pode ser urbano, campo, interior, capital, rural, estrangeira; o tema traz o assunto a ser tratado; o modelo narrativo é a genealogia, a linhagem a que pertence a história que se conta, como uma história de regresso, de vingança, de transformação; e o subtema ou conflito central que traz o sentimento ou situação que gerou o conflito. Essas categorias dramáticas, graças à grade de programação, foram distribuídas entre as faixas de horário segundo as pesquisas de opinião pública e seu público alvo. Novela das 18:00 geralmente traz o romance e temas históricos ou rurais; a novela das 19:00 normalmente traz a comédia e temas urbanos; e a novela das 21:00 traz temas mais densos, trazendo pautas contemporâneas e com relação direta ao cotidiano para serem discutidas na “família brasileira”.

O que caracteriza a maior parte das novelas, é uma abordagem exagerada de situações comuns da vida e a simplificação das personagens que são apresentadas apenas em seus traços gerais. Considera-se que as personagens são maniqueístas e corporificam o bem e o mal, o amor e o ódio, a honradez e a vilania, a verdade e a mentira, a honra e a desonra trazendo sempre a questão da moral e do valor para a história induzindo muitas vezes o público ao choro devido ao sofrimento dos protagonistas.

4.1.1 HISTÓRIA DA TELENOVELA

A primeira radionovela nasce nos Estados Unidos da América. As fábricas de sabonete descobriram a melhor maneira de prender a atenção dos ouvintes, por este motivo

neste país a telenovela chama-se *soup-opera* que traduzida literalmente significa ópera de sabão. Já em países de língua francesa, como sua origem está ancorada nos romances folhetinescos publicados nos jornais em capítulos, a telenovela recebe o nome de *feuilleton*, onde se caracteriza até hoje por se tratar de uma narrativa melodramática onde o eixo central da trama se desenvolve a partir de uma história de amor. Já a origem da telenovela brasileira está em Cuba, cuja tradição está no folhetim como na França, e não nas radionovelas norte-americanas. Portanto, antes de termos o formato de telenovela que conhecemos hoje, no Brasil existia uma versão fantasiosa que mantinha um caráter distante da realidade social e política e dos assuntos do cotidiano do público televisivo. Os diálogos eram muito formais e pomposos e o enredo fugia da realidade do brasileiro.

Uma das principais autoras da época na TV Globo, a cubana Glória Magadan, foi fundamental para implantar e consolidar as novelas na emissora, porém a concorrência com a TV Tupi, onde a personagem do brasileiríssimo Beto Rockfeller, começou a fazer muito sucesso e roubar a audiência, levou à ruptura com o modelo representado pela autora. Em resposta a novela *Beto Rockfeller* (1968-1969), surge uma nova era na dramaturgia da TV Globo, a era de Daniel Filho, Janete Clair e Dias Gomes. Com um modelo que se contrapôs ao formato fantasioso e propôs uma alternativa realista que trouxe problemáticas da vida cotidiana, linguagem coloquial, humor e referências às quais os espectadores pudessem identificar por fazerem parte de suas experiências, “a novela passou a ser um dos mais importantes e amplos espaços de problematização do Brasil, das intimidades privadas às políticas públicas” (LOPES. 2003, p. 25). A novela passa a ser um espaço das discussões políticas e sociais, passa a ser um instrumento definitivo para a unificação do território nacional em torno de uma identidade brasileira.

A partir do final dos anos 60 e seguindo o modelo proposto pela Rede Tupi, as novelas da Rede Globo se contrapuseram ao estilo fantasioso que dominava a produção anterior, propondo uma alternativa realista. É a ruptura com o modelo representado pela novela *Sheik de Agadir* (Globo, 1966), com seus personagens com nomes estrangeiros, vivendo dramas pesados, diálogos formais e figurinos pomposos, ambientados em tempos e lugares remotos, para o paradigma da novela brasileira que foi sendo construído a partir da novela *Beto Rockfeller* (Tupi, 1968). Este paradigma trouxe a trama para o universo contemporâneo das cidades grandes brasileiras, o uso de gravações externas, introduziu a linguagem coloquial, o humor inteligente, uma certa ambiguidade dos personagens e, principalmente, referências compartilhadas pelos brasileiros. Sintonzou as ansiedades liberalizantes de um público jovem, tanto masculino quanto feminino, recém-chegado à metrópole, em busca de instrução e integração aos pólos de modernização. (ORTIZ, 1989, p.21)

Com a novela *Véu de Noiva* (1969-1970) e *Irmãos Coragem* (1970-1971), a TV Globo consolidou-se como líder da audiência e a autora Janete Clair tornou-se a principal

autora do gênero. O folhetim eletrônico, termo usado por Daniel Filho para definir a novela brasileira, tinha enfim nascido.

Nos antigos subúrbios e cidades pequenas, a fofoca era o prazer oculto de seus habitantes (...) A novela substitui a maledicência entre os vizinhos, neste mundo em que nos trancamos em casa. É criado um mundo para as pessoas participarem da vida alheia. O público é apresentado aos personagens, sabe se suas vidas e seus problemas e, a cada ação deles, o comentário é como uma fofoca real: “só quero ver a cara dela quando souber que o seu filho é na verdade seu irmão!”(FILHO, 2001, p.67)

Indissociado a este momento histórico da novela, está a conjectura da política nacional e a otimização da propaganda que possibilitaram à emissora um crescimento exponencial favorecido por elementos como o êxodo rural, a industrialização, a expansão e a formação do mercado de consumo, fomentando a indústria nacional. A novela criou um mundo único compartilhado entre muitos aproximando as distâncias continentais e culturais do país.

O espectador, graças à grade de programação, como relatado no capítulo 2, adquiriu o hábito de todo dia, numa determinada hora, assistir ao mesmo programa. O horário da novela se tornou uma instituição no Brasil e a TV Globo passou a determinar a hora do jantar, do jogo de futebol, dos compromissos noturnos e até das crianças dormirem. O público alvo de cada horário começou a ser analisado a partir de pesquisas de opinião pública para que fossem produzidas novelas que correspondessem aos anseios da população, ou seja, do mercado consumidor de novelas.

Nas décadas de 70 e 80 as novelas que não traziam o realismo fantástico na sua narrativa como *O Bem Amado* (1973) e *Roque Santeiro* (1986), tinham a ideia de retratar a realidade e possuíam como enredo principal as famílias de classe média e alta das sociedades carioca e paulistana, com o intuito de formar uma cultura de consumo. São exemplos desta fase: *Vale Tudo* (1989), *Guerra dos Sexos* (1983), dentre outras.

A partir dos anos 90, com a redemocratização do país, a TV vivencia a fase da chamada multiplicidade da oferta já comentada no capítulo 2, que caracterizou-se pelo oferecimento de uma maior quantidade de canais ao consumidor, a entrada da TV a cabo fragmentada por gênero, e o maior acirramento da concorrência entre as emissoras da TV aberta. Estes fatores resultaram em novas exigências do público para com os programas televisivos e introduz-se no universo da novela a estética cinematográfica com *Pantanal* (1990). A novela da extinta TV Manchete com texto de Benedito Ruy Barbosa, direção geral de Jayme Monjardim, direção de fotografia de Walter Carvalho e cenografia de Rodrigo Cid,

Gil Haguenuer e João Nascimento, transformou o paradigma visual até então adotado pela TV Globo incorporando um maior número de cenas feitas em externas, com planos abertos e cenários de interior feitos em locação.

Já a partir dos anos 2000 presenciou-se a revolução digital com a internet, os aparelhos de televisão passaram a ter a tela plana cujo formato foi alterado, a tela passou a ser de *led* e passou a ter alta definição, a captação da imagem começou a ser feita com câmeras digitais. Na TV Globo a primeira novela a ser gravada em HDTV foi *Duas Caras* (2007-2008), a primeira com câmera de cinema foi *Cordel Encantado* (2011), e a primeira com câmera 4K⁴¹ foi a série *Dupla Identidade* (2014). O público começou a reagir imediatamente ao que assistia através de *sites*, *blogs*, redes sociais e mensagens de *whatsapp*, as personagens e suas falas viraram *memes* replicados infinitamente.

O que é possível constatar, é que cada mudança, seja ela a respeito do desenvolvimento tecnológico, sistemas políticos e alterações sociais, afeta diretamente a novela em todas as suas esferas, passando pelo texto, pela visualidade, seu modo de produção, etc. A cenografia precisou se adaptar a todas as transformações e novas composições estruturais surgiram com as possibilidades criadas por esta evolução natural.

Nos anos de 2011 e 2012, anos em que a novela *Avenida Brasil* foi produzida e exibida, o Brasil vivia os primeiros anos do mandato da presidenta Dilma Rousseff e seu governo estava no auge da popularidade. O país vivia na expectativa de sediar a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016, e principalmente passava pelo fenômeno conhecido como a “ascensão da Classe C”, onde uma grande fatia da população concentrada principalmente nos centros urbanos do sudeste melhorou significativamente de padrão de renda, passou a adquirir bens e valores da classe média e passou a ter acesso a bens de consumo que antes não possuía. A Classe C, portanto, passou a ser um importante mercado consumidor e o público alvo da programação da TV Globo nestes dois anos. Eram ao mesmo tempo exibidas em 2012 as novelas *Lado a Lado*, *Cheias de Charme* e *Avenida Brasil*. *Lado a Lado*, a novela das 18:00, baseava-se na história de duas jovens de origens distintas que se tornam amigas e lutam por amor e liberdade em meio às transformações sociais do início do século XX; *Cheias de Charme*, a novela das 19:00, narrava a história de três empregadas domésticas que se tornaram amigas para lutar por seus direitos e transformam-se em cantoras do grupo musical As Empreguetes; *Avenida Brasil*, a novela das 21:00, contava a história de

⁴¹ A resolução 4K é um termo que refere-se a uma resolução de imagem aproximada de 3840 pixels na horizontal e 2160 na vertical usada em equipamentos de televisão digital e cinema digital. Tal resolução é apontada como a resolução limite para um televisor doméstico.

Rita que abandonada por sua madrasta Carminha em um lixão, retorna como empregada dela depois de alguns anos para se vingar de sua inimiga que na atualidade era casada com um jogador de futebol que, apesar de rico, não abandonou suas origens suburbanas e o bairro onde foi criado.

(...) Avenida Brasil abordou temas e problemas já vistos em outras novelas, mas o fez incorporando e traduzindo de maneira magistral o *esprit du temps* de um país no qual ocorrem grandes mudanças sociais que criam espaços simbólicos nos quais reverberam os discursos de novos protagonistas. entre as mudanças sociais está a ascensão de milhões de brasileiros à “nova classe C” (LOPES;MUNGIOLI, 2013, p.156-157)

O momento histórico da produção e exibição destas novelas influenciou inquestionavelmente esses programas em diversos setores: o tema, o texto, a direção e sua visualidade; todos tinham a missão de mostrar uma classe C trabalhadora, enfim vitoriosa e finalmente feliz. Fazendo uso ou não, para a escolha deste tema que atravessou a programação de 2012, dos grupos focais, – uma das principais ferramentas que a TV Globo criou para entender o desejo do público onde pessoas mais variadas se reúnem em grupos de discussões para se fazer uma pesquisa qualitativa – o fato indubitável é que a televisão é uma via de mão dupla. Para Rosane Svartman, o papel do autor de novela é ter a capacidade e a sensibilidade para vislumbrar em que direção o desejo da sociedade caminha, onde o segredo do sucesso de uma novela é entender o que está latente na sociedade. Para a autora “A TV não impõe. O que vai bem é o que a sociedade quer” (SVARTMAN, 2024, p.36). Neste sentido, a novela materializa discussões que já estão na atmosfera da sociedade, espalha o debate para o grande público que às vezes estava distante dele, e por fim pode lentamente influenciar o pensar do brasileiro ao aliar a narrativa ficcional à narrativa documental, intercalando a ficção e o jornalismo.

4.1.2 O PAPEL DA NOVELA

Seja provocar evasão, seja alimentar sonhos e/ou ilusões, seja debater a realidade, seja entreter e educar, a novela da TV Globo se coloca como um produto acessível a todos sem distinção de pertencimento social, classe ou região. Conforme defende Lopes (2003), o Brasil é uma sociedade de contrastes e desigualdades acentuadas, entre riqueza e pobreza, modernidade e arcaísmo, Norte e Sul, litoral e interior, campo e cidade. Entretanto, ao mesmo tempo em que a novela - por ser o programa de maior audiência da produtora - possui um

grande poder de penetração na sociedade brasileira, alimentando um repertório comum por meio do qual as pessoas de diferentes classes sociais, gerações, sexo, raça e regiões se reconhecem enquanto tais e em relação a si mesmas e às outras; ela está envolvida diretamente na reprodução de representações que perpetuam a desigualdade. Esse repertório compartilhado está na base das representações de uma comunidade nacional imaginada que a novela observa, transforma, expressa e atualiza constantemente.

Não resta dúvida de que a novela constitui um exemplo de narrativa que ultrapassou a dimensão do lazer, que impregna a rotina cotidiana da nação, construiu mecanismos de interatividade e uma dialética entre o tempo vivido e o tempo narrado e que se configura como uma experiência ao mesmo tempo cultural, estética e social. Como experiência de sociabilidade, ela aciona mecanismos de conversação, de compartilhamento e de participação imaginária. A novela tornou-se uma forma de narrativa sobre a nação e um modo de participar dessa nação imaginada. Os telespectadores se sentem participantes das novelas e mobilizam informações que circulam em torno deles no seu cotidiano. (LOPES. 2014, p.04)

Ao definir como pauta central a ascensão da Classe C e conduzir a história transitando por excelência em torno de conflitos familiares, *Avenida Brasil* tornou-se uma paixão nacional e exemplo de que, tão importante quanto o ritual de assistir aos capítulos cotidianamente, são os comentários que atingem a todos, mesmo aqueles que só de vez em quando ou raramente viam a novela. As pessoas, independentemente de classe, sexo, idade ou região participaram do território de circulação dos sentidos da novela, formado por inúmeros circuitos nos quais a história era reelaborada. Falava-se dela nas revistas especializadas em comentários e fofocas sobre novelas; em colunas dos jornais diários; nas pesquisas de opinião feitas por institutos; nas cartas de leitores mandadas aos jornais e revistas; nos programas de televisão e rádio que acompanham as novelas tanto em forma de reportagem e entrevistas com seus atores. Quem não lembra onde assistiu o último capítulo de *Avenida Brasil*? Até hoje, mais de 10 anos após sua exibição, *memes* e frases de Carminha ainda encontram sua atualidade.

A novela provocou a torcida pelas personagens que se enfrentaram gerando diversas opiniões sobre o que elas deveriam fazer ou sobre as mudanças que deveriam haver em seus comportamentos, assim como possíveis desdobramentos na história. Da mesma forma, o fato de apresentar uma visualidade construída mais no imaginário de um subúrbio carioca feliz do que na realidade de um subúrbio real, permitiu diferentes opiniões sobre cenários, móveis, adereços e figurinos que muitas vezes se tornam objetos de interesse de consumo. Em *Avenida Brasil* muitos objetos e peças de roupas estiveram na lista dos 10 mais procurados para a compra, cito o tecido do sofá da casa do tufão, o gato de porcelana que ficava atrás do

sofá, o castiçal de abacaxi da mesa de centro, as luminárias de estátuas *Black Amour*⁴² que ficavam no fundo do cenário, as panelas da marca Le Creuset vermelhas que Nina usava para cozinhar, etc.

Imagem 128: estampa do sofá na novela *Avenida Brasil* que foi reproduzida no papel de parede da escada (2012)



Fonte: print screen da cena da novela *Avenida Brasil* na plataforma Globoplay.

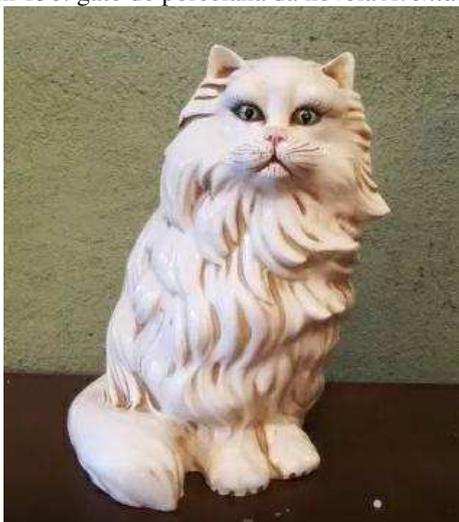
⁴² Escultura híbrida do negro africano e do mouro muçulmano, geralmente usada em pares.

Imagem 129: castiçal de abacaxi da novela *Avenida Brasil* (2012)



Fonte: print screen do site <https://www.uol.com.br/universa/album/2012/06/11/decoracao-avenida-brasil.htm>

Imagem 130: gato de porcelana da novela *Avenida Brasil* (2012)



Fonte: print screen do site <https://www.uol.com.br/universa/album/2012/06/11/decoracao-avenida-brasil.htm>

Imagem 131: panela cor vermelha da novela *Avenida Brasil* (2012)



Fonte: print screen do site <https://www.uol.com.br/universa/album/2012/06/11/decoracao-avenida-brasil.htm>

Imagem 132: luminária luminárias de estátuas *Black Amour* da novela *Avenida Brasil* (2012)



Fonte: print screen da cena da novela *Avenida Brasil* na plataforma Globoplay.

A TV Globo, ao incorporar conceitos, regras e princípios na maneira de produzir a novela, implantando o chamado Padrão Globo de Qualidade, atribuiu a este produto o seu padrão técnico, estético e artístico que fizeram da novela *Avenida Brasil* (2012) uma potência comunicacional. Critica-se ou aplaude-se a produção pela condução da obra, mas é inegável sua influência na construção da ideia de uma Classe C feliz, de um país cuja economia vai bem, onde o trabalhador finalmente está conseguindo sobreviver e mudar seu padrão de renda.

Avenida Brasil contribuiu para criar uma imagem equivocada de trabalhadores satisfeitos que não sofrem pressões nem adversidades em seu local de trabalho. Foi dessa maneira que as relações trabalhistas se apresentaram no salão de beleza de Monalisa, no bar de Silas e na loja de roupas e calçados de Diógenes, nesses ambientes de trabalho não havia conflitos, disputas ou rivalidades. Todos, empregados e empregadores, trabalhavam felizes, juntos e na mesma proporção, desenvolvendo relações afetivas. Sem falar nos jogadores do Divino Esporte Clube, que mesmo fazendo jornada dupla, caso de Leandro e Roni, nunca pareciam cansados depois de um dia de trabalho. (FRESSATO, 2014, p.160)

Neste sentido, a novela parece ignorar totalmente a luta de classe histórica entre empregado e empregador que se dá de forma coletiva, para construir a ideia de luta individual. Através da construção das personagens protagonistas que obtiveram sucesso profissional graças a seu próprio mérito, como a Monalisa, Tufão, Diógenes, etc., a novela passa a mensagem de que se a economia do país vai bem e você é uma pessoa que trabalha e se esforça; você terá sucesso na empreitada, irá “subir de vida”, terá acesso aos bens de consumo que a classe dominante possui. Os únicos trabalhadores que reclamavam das condições de trabalho eram os da Mansão de Tufão e Carminha, onde é possível constatar o conflito nos diálogos entre as empregadas Janaína e Zezé que reclamavam das horas de trabalho, do salário baixo, das folgas inexistentes, e dos maus tratos de Carminha. Mesmo frente ao péssimo humor da patroa, Zezé tinha adoração por ela; Janaína se submetia feliz, pois estava reformando sua casa, comprando um sofá novo, sua geladeira e uma televisão de tela plana. A novela acenou para os espectadores a possibilidade concreta de integração social por meio do consumo, essa ideia é incorporada à narrativa e à visualidade da novela subliminarmente, demonstrando como esse gênero colabora com a cultura do consumo.

Contextualizando historicamente, a novela foi exibida um ano antes da PEC das Domésticas (lei complementar n.150) que igualou os direitos trabalhistas dos trabalhadores domésticos ao dos demais trabalhadores, com direito a férias, 13º salário, folga semanal, FGTS, previdência social, dentre outros. Já na metade de 2013, um ano após a euforia de 2012, uma onda de protestos que tomou o país, - talvez por perceberem que a verdadeira integração social não se sucedera de fato, pois a prosperidade individual não garante o acesso

a direitos coletivos - , somada à crise econômica de 2014, provocou cicatrizes que ainda hoje causam consequências na política nacional. Enquanto sociedade, ainda estamos presos a ideia de que essa integração acontece individualmente e não coletivamente.

A novela *Avenida Brasil*, ainda que estruturalmente melodramática e sujeita à variedade de interpretações, é aceita como verossímil, é vista e apropriada como legítima e é objeto de credibilidade por grande parte do público. Ela produziu e reproduziu imagens que os brasileiros faziam e ainda fazem de si mesmos e através das quais, se reconhecem como parte integrante de um mesmo país. “Quando uma novela galvaniza o país, nesse momento ela atualiza seu potencial de sintetizar o imaginário de uma nação, isto é, a sua identidade, ou o que é o mesmo, de se expressar como nação imaginada.” (LOPES, 2002, p.32). Este fato é suficiente para tornar indispensável a reflexão sobre os diferentes sentidos desta novela no âmbito nacional.

Essa capacidade de sincretismo entre o público e o privado, o político e o doméstico, o masculino e o feminino, a notícia e a ficção, presente nas novelas ao combinar documentário e melodrama, tipifica a novela brasileira e constitui o paradoxo de se identificar o Brasil mais na narrativa ficcional do que no telejornal.

4.1.3. CARACTERÍSTICAS DA NOVELA

Avenida Brasil começou a ser produzida em outubro de 2011, teve sua estreia em 26 de março de 2012, e com 179 capítulos teve seu último capítulo exibido na sexta-feira dia 19 de outubro de 2012. Ao todo foram 6 meses de pré-produção e 7 meses de exibição. A novela, para ter essa duração, precisa ser escrita lentamente com o público. O autor precisa apresentar a história pouco a pouco para que o espectador que está em casa se familiarize com as personagens tornando-as membros da sua família, parte integrante dos seus conflitos e vivências do dia a dia, convivendo na sua intimidade para que possa ter tempo de odiar e amar. A construção das personagens de *Avenida Brasil* transcende o maniqueísmo e Carminha, deixou de ser apenas uma vilã e despertou empatia do público ao ganhar uma história trágica ao longo do percurso. Como uma obra aberta, é um sistema que leva em conta a participação do espectador no momento da produção, dando espaço para sua constante interação. Ela foi exibida, portanto, enquanto estava sendo escrita e produzida, e a avaliação da audiência foi usada para nortear o seu enredo. Julgar que a novela ou qualquer outro

programa de televisão é de péssima qualidade por basear-se na audiência é uma postura elitista que considera que o espectador gosta de produtos ruins, de que o público não tem capacidade de decidir o que quer ver, de que a população é em última análise, ignorante. É preciso pensar a novela como um ser bilateral, que, sem nunca perder seu viés ideológico, tem o espectador não como um elemento meramente passivo que absorve aquilo que ela determina, mas como alguém que pode influenciar os caminhos que a narrativa vai seguir. Arlindo Machado defende que “a televisão é e será aquilo que nós fizermos dela.” (MACHADO, 2003)

Um capítulo diário de *Avenida Brasil*, sem contar o de estreia e o último, que são definitivamente maiores, possui, em média, 50 cenas gravadas, o que corresponde a 30 a 40 páginas de texto folha A4. Normalmente, 60% das cenas são para serem gravadas em estúdio e 40% de cenas externas para serem distribuídas em cidade cenográfica e locação. Cada semana com um bloco com 6 capítulos, exibição diária de segunda-feira a sábado, gravação 6 dias por semana, ou seja, um dia de produção para cada capítulo. São 8 horas de gravação, 10 horas de trabalho com 1 hora de almoço, em 4 ou 5 frentes diferentes de gravação para em média colocar de 45 a 50 minutos de programa no ar. Algo que só se tornou possível graças ao processo industrial de produção e a todas as regras e diretrizes resultantes deste processo que descrevi ao longo da tese. Para pensar a direção de arte numa novela é necessário situar essa atividade a partir dessas regras e diretrizes.

Colocar no ar uma novela das 21hrs é uma verdadeira gincana que se iniciou com o recebimento da sinopse. A partir dela foi possível gerar listas de cenários podendo separá-los em estúdio, cidade cenográfica e locação; em tamanho, se pequeno médio ou grande; em importância para a história; em características arquitetônicas, construtivas e especificidades de acabamento; se sofreria alguma alteração no decorrer da história. Todos estes dados fizeram com que toda a equipe envolvida tomasse decisões e traçasse estratégias antes mesmo de buscar referências artísticas para desenvolver o conceito. Em consecutivas reuniões com o autor e o diretor, o cenógrafo titular examinou os mínimos detalhes de tudo: protagonistas, ambientes e situações. E com todas as informações necessárias, a equipe de cenografia desenvolveu um anteprojeto (acompanhado do orçamento) que foi apresentado, examinado, discutido, aprovado ou não, modificado ou não, até a solução definitiva. O mesmo ocorreu separadamente, no caso específico desta novela, com os outros departamentos da criação de ambientes como a produção de arte, figurino e caracterização. Esta linha de montagem circular já foi descrita mais detalhadamente no capítulo 3.

A partir da sinopse foi possível entender como eram as personagens: quantos anos tinha, se era refinada, rica, pobre, relaxada, introvertida, espalhafatosa, culta, fútil, discreta ou se abusava das cores, a personagem é dissecada, mas ainda não existe. O autor definiu as linhas gerais, mas muita coisa não foi dita e se revelou na apropriação da personagem pelo ator e diretor. Já a casa, ou melhor dizendo, o espaço que a personagem iria habitar, coube ao cenógrafo - baseado na informação da sinopse e na medida em que o diretor da novela foi aprovando as ideias, as sugestões, as exposições, os desenhos – conceber esses lugares cênicos onde a história seria contada para a eles dar materialidade. Para que exista coesão entre tantos conceitos e durante tanto tempo, a interação entre todos os profissionais do departamento de criação é fundamental, porém nem sempre alcançada numa novela onde o ritmo de criação e produção é acelerado. Em *Avenida Brasil* todos os cenários mais relevantes foram conceituados e construídos na pré-produção a partir de reuniões separadas entre os departamentos, o encontro deles dependia do esforço individual das equipes de comunicarem suas pesquisas e referências. No decorrer da continuidade, o ritmo acelerado diminuiu o tempo de conceituação em prejuízo de alguns cenários que não possuíam muita importância na história.

Quando entrei na equipe no início de dezembro, a equipe de cenografia composta pelo cenógrafo titular Alexandre Gomes, e os cenógrafos Márcia Inoue e Alex Pablano além de pelo menos 12 cenógrafos assistentes, já havia projetado as duas cidades cenográficas: o bairro do Divino e o lixão. Para mim, ficou a responsabilidade de desenvolver os cenários de estúdio da mansão do Tufão, do apartamento da Verônica, da casa e do escritório do salão de beleza de Monalisa, do apartamento de Noêmia no Rio de Janeiro, e posteriormente todos os cenários da continuidade. *Avenida Brasil*, como toda e qualquer novela, a partir da sinopse se estruturou em torno de núcleos de personagens. Havia o núcleo do Divino, o núcleo do lixão, e o núcleo da Zona Sul do Rio de Janeiro, e somente nos primeiros capítulos o núcleo do Chile. A narrativa se concentrava principalmente no núcleo do Divino, mais especificamente na família Tufão que concentrava a maior parte das cenas e dos conflitos. Pouco a pouco outras personagens foram conquistando o público e ganhando protagonismo como foi o caso da Suelen e do Chupetinha, sendo que a primeira era a que mais demandava cenários novos para a trama, pois constantemente era sequestrada e acabava num cativoiro.

O trabalho de concepção desses cenários principais baseou-se na leitura da sinopse num primeiro momento, e assim que os capítulos chegaram, na leitura e decupagem dos mesmos. Um cenário feito de acordo com a sinopse, ou sem que haja nela alguma menção

sobre ele, e cujos capítulos só chegam próximos a data de gravação, pode não estar adequado ao que foi escrito no capítulo, e ele precisará ser alterado para a gravação. Fato que ocorreu com o quarto de empregada da casa do Tufão onde Nina foi morar.

Na sinopse não havia nenhuma descrição sobre este cômodo, assim como nos capítulos, nas cenas escritas para este cenário também não havia nada escrito sobre ele, porém havia uma cena curta no corredor de serviço da mansão no capítulo 10 que Ivana comenta com Nina sobre o cômodo: “olha, o quarto é pequeno e compacto, mas você ficando a gente pode fazer uma obrinha, melhorar, aumentar ele um pouco.” (texto da personagem Ivana)

Essa descrição passou despercebida pela equipe de cenografia, que concebeu um cenário amplo, limpo, com janelas e bem decorado, totalmente em desacordo com o que solicitava as poucas linhas do texto. A direção só tomou conhecimento do cenário feito pela cenografia no dia da gravação pois não houve conversa sobre ele em nenhuma reunião de capítulo, comprovando a importância da leitura atenta do texto e das conversas da direção com toda a equipe para que tudo seja bem definido e conceituado e para que os problemas sejam antecipados e evitados, pois o que ninguém quer é ser a causa do atraso de uma gravação. A gravação deste cenário foi cancelada para que ele pudesse ser modificado para gravar na próxima diária de gravação.

Imagem 133: cenário do quarto de empregada da mansão do Tufão modificado.



Fonte: print screen da cena da novela avenida Brasil (2012) na plataforma Globoplay

A partir da estreia, quando a novela entrou naquilo que se chama “continuidade”, a equipe de cenógrafos assistentes diminuiu e se subdividiu entre estúdio e externa. Fiquei

responsável pelo estúdio junto com as cenógrafas assistentes Cléo Megale, Luciana Macena, Thábata Magalhães e Luisa Coelho. A rotina pesada de colocar uma novela das 21:00 para gravar consiste em ler e decupar cerca de 240 páginas de texto num único dia para se preparar para a reunião de capítulos onde somente as dúvidas gerais serão respondidas, não há tempo para mais do que isso. A partir desta reunião protocolar a equipe começa a planejar a semana distribuindo o trabalho, a esboçar os 4 ou 5 cenários novos do bloco, e a confeccionar o roteiro de gravação junto com a divisão industrial e com a produção. Toda a equipe da DI, concentrada na figura da produtora de cenografia Regina Esperança passou a ser a maior aliada da cenografia na tarefa árdua de manter a novela no trilho, com cenários sendo orçados, construídos e montados em tempo hábil da gravação, respeitando o orçamento e principalmente sem que a equipe estivesse esgotada no primeiro mês da continuidade. Numa novela com duração de 7 meses, além do cenário que precisa sobreviver, ter condições de ser montado e remontado, manter sua qualidade e sua estética; o recurso humano, ou seja, os profissionais que nele trabalharão, também precisam sobreviver. De maneira que este é o objetivo da grande maioria das pessoas que compõem as equipes que trabalham numa novela das 21:00: sobreviver. Por mais árdua que tenha sido a trajetória, participar de um programa com esta projeção e visibilidade foi sempre um motivo de orgulho.

A novela começou a ser gravada cerca de 2 meses antes da estreia pelas cenas da Patagônia chilena que foram feitas na Argentina. A primeira semana que se passava em 1990 e a segunda semana de exibição que se passava nos anos 2012, foram consideradas semanas de estreia da novela, portanto grande parte do tempo foi destinado para a gravação destas duas semanas. Normalmente se começa a gravar pelo capítulo 8, 9 ou 10, para dar tempo do elenco e de toda equipe se habituar aos personagens, cenários, figurinos, e “se aquecer” para estar pronto para as gravações dos primeiros capítulos. Portanto a estreia operacional não recai sobre o capítulo de estreia, afinal quando se começa a gravar tudo é novo, tudo está em ajuste, a equipe está se encontrando para trabalhar, assim quando vamos gravar o capítulo da estreia, possíveis ajustes já poderão ter sido feitos, inclusive mudanças totais em cenários ou em locações. Os capítulos iniciais de uma novela são os mais importantes para conquistar a audiência e a paixão do público e para criar empatia e identificação com o drama que se desenvolverá durante os 6 ou 7 meses de exibição.

4.1.4. OS CENÁRIOS DE ESTÚDIO

O ponto de partida para a concepção dos cenários que ficaram sob minha responsabilidade foi de se debruçar na leitura da sinopse, e depois nos capítulos quando chegaram. Em *Avenida Brasil* especificamente, o cenógrafo titular do programa Alexandre Gomes participava das reuniões de conceito com o diretor de núcleo de Ricardo Wadington e a com os diretores gerais Amora Mautner e José Luiz Villamarin e repassava para os demais cenógrafos da equipe as demandas, resoluções e conclusões.

Abaixo segue as primeiras linhas da sinopse da novela *Avenida Brasil* cujo texto completo se encontra nos anexos. A frase da personagem de Juliette Binoche no filme *Perdas e Danos* do cineasta Louis Malle anunciou o início da história: “Gente sofrida é perigosa, sabe que pode sobreviver”.

Nesse início de século, nós no Brasil assistimos à ascensão da classe C. Uma nova classe média que já corresponde a mais da metade da população, elege os governantes e é responsável por grande parte do consumo. Ou seja, uma nova classe dominante.

As aspirações e expressões culturais dessa classe vêm sendo afirmadas, enquanto os valores daquilo que podemos chamar de “antiga classe média”, ou de “elite pensante” se pulverizam.

Ao retratar o microcosmo de Divino, um bairro fictício no subúrbio no Rio de Janeiro, a novela pretende fazer uma crônica bem humorada desse momento de mutação da sociedade brasileira. Numa inversão do quadro mais óbvio, a riqueza está na periferia, e não na área nobre da cidade.

Enquanto jogadores de futebol, pequenos empresários e comerciantes no subúrbio vivem seu apogeu, do outro lado do túnel, grã-finos decadentes vão ter que se reinventar para conseguir sobreviver.

O fio condutor da história é a cruzada de vingança da jovem cozinheira Nina contra sua patroa. Subvertendo novamente o óbvio, Nina será a nossa heroína que às vezes é obrigada a agir como vilã ao lutar por uma causa mais do que justa. (sinopse de João Emanuel Carneiro da novela *Avenida Brasil*, 2012)

A partir da sinopse, a equipe artística já possuiu informações tanto dos personagens quanto uma breve descrição dos ambientes principais para começar a conceber os esboços dos cenários e figurinos. A leitura atenta deste pequeno trecho já revelou o tema central da novela e instantaneamente conduziu a busca de referências em torno de palavras-chaves: ascensão da classe C; consumo; nova classe dominante; elite pensante decadente; bairro no subúrbio fictício feliz; crônica bem humorada; periferia rica; apogeu do subúrbio trabalhador; Zona Sul decadente; heroína que será vilã.

4.1.4.1 – MANSÃO DO TUFÃO

Palacete do jogador de futebol. Uma construção suntuosa, pesadelo arquitetônico em estilo francês, melhor dizendo mourisco, ou talvez neo-colonial? Barroco? Pós moderno? Pós retrô? O abuso de acabamentos caros de todos os tipos imagináveis e o mobiliário de gosto mais do que duvidoso fazem da casa um paraíso do kitsch. Os ambientes principais são o salão, a sala de jantar, a biblioteca - sem livros de verdade, nas estantes existem apenas lombadas de livros compradas a metro; o quarto do jogador; o quarto da filha Ágata – repleto de posters de rapazes bonitos; o quarto de Muricy e Aduino e o quarto de Ivana e Max. Na área externa temos uma piscina de formato inusitado e sugestivo e a edícula da piscina onde funciona uma academia de ginástica. Atrás da casa, existe um campinho de futebol. (sipopse de João Emanuel Carneiro da novela *Avenida Brasil*, 2012)

A partir desta descrição da sinopse sobre o cenário principal da novela: a mansão do Tufão; a cenografia buscou imagens de referência para a conceituação do cenário, a principal delas era a imagem do Castelo Mourisco da Fiocruz, edificação que pode ser vista a partir da Avenida Brasil na cidade do Rio de Janeiro.

Imagem 134: prancha com imagens de referência do cenário da cidade cenográfica da mansão do Tufão em Avenida Brasil (2012)



Fonte: acervo da autora.

Com a aprovação do conceito pela direção, a equipe de cenografia desenvolveu o projeto executivo do cenário para a construção na cidade cenográfica.

Imagem 135: A mansão ao fundo, do lado esquerdo a academia de ginástica, no centro a piscina.



Fonte: print screen da cena da novela Avenida Brasil (2012) na plataforma do site Globoplay.

Para conceber os cenários de estúdio deste núcleo familiar da novela, além de me dedicar à leitura da sinopse, foi preciso trabalhar em cima do projeto já existente do cenário da mansão do Tufão feito pelo Alexandre Gomes para a cidade cenográfica. O cenário de estúdio precisa corresponder ao cenário da cidade cenográfica mantendo a continuidade direta entre uma cena feita no interior e exterior. Ou seja, a porta de entrada, as janelas e até mesmo a geografia dos cenários precisam dialogar entre si para que o espectador acredite que se trata realmente do mesmo complexo. A combinação das cenas feitas ao “ar livre” em externas da cidade cenográfica ou locação, com as cenas feitas no “interior” em estúdios, obriga a cenografia a obter um realismo maior em seus detalhamentos e cenários.

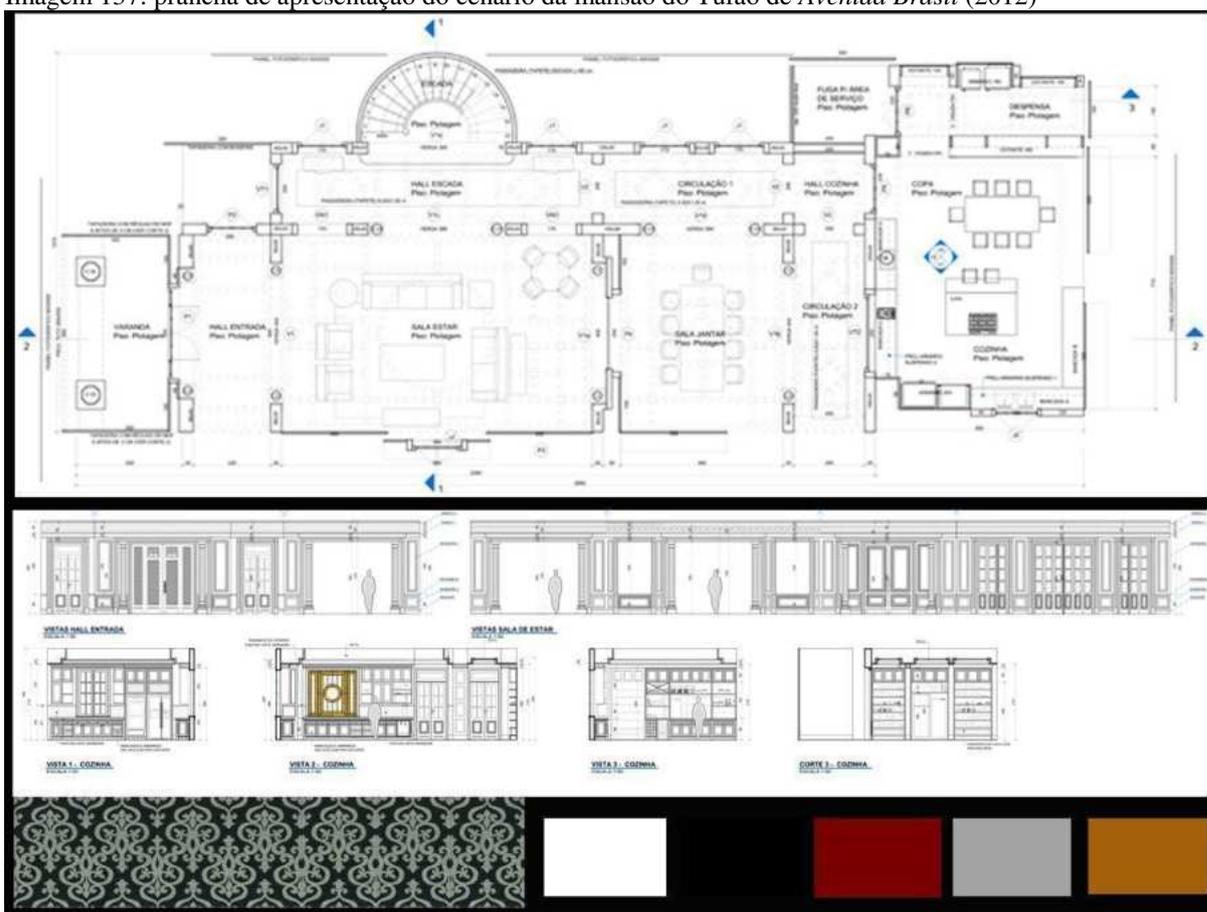
Imagem 136: Prancha das referências usadas para a concepção dos cenários de estúdio:



Fonte: acervo da autora

Para a direção foi apresentada uma prancha com a planta de lay-out da sala e cozinha, as vistas principais e a paleta de cores do cenário que respeita todos os itens que fazem dele o estereótipo da principal mansão de uma novela das 21:00.

Imagem 137: prancha de apresentação do cenário da mansão do Tufão de *Avenida Brasil* (2012)



Fonte: acervo da autora.

Projetar este cenário foi colocar em prática os 6 anos que trabalhei como cenógrafa assistente de Mário Monteiro, projetando e detalhando a maioria das mansões e cenários principais das novelas que ele fazia a cenografia. Princípios, regras e diretrizes do que um cenário precisa possuir para atender a métrica da produtividade e o Padrão Globo de Qualidade, que foram desenvolvidos por este diretor de arte e cenógrafo ao longo dos anos e passados de geração em geração para todos os cenógrafos e cenógrafos assistentes atuantes na TV Globo, estão neste cenário representadas:

- 1) O cenário ocupava toda a metade do estúdio D com a profundidade exata de 10 metros e 50 cm, o que possibilita que na sua frente fossem planteados outros cenários de igual profundidade, e entre eles carrinhos com móveis e peças cenográficas fossem transportados.
- 2) O cenário foi todo dividido em peças (painéis, tapadeiras, colunas, janelas, vãos, portas, etc.) conforme necessidades de montagem e desmontagem, ou seja, a maior peça possuía 3m de largura e altura de 3,8m para poder ser armazenada em carrinho e passar pela porta do estúdio. Mesmo sendo o principal cenário da novela

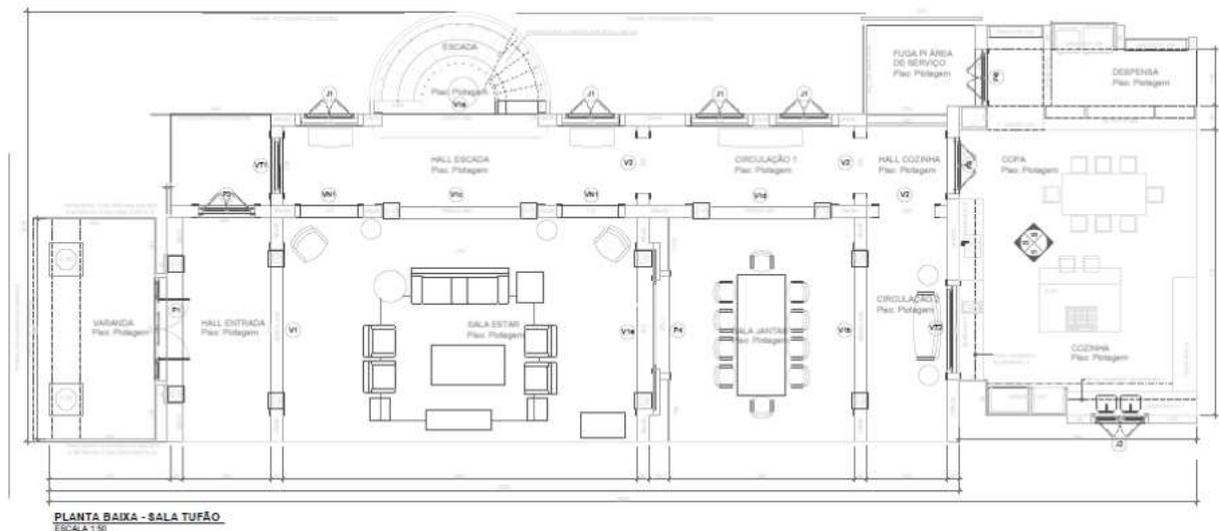
e com o maior número de cenas, ele ficava montado apenas 3 dias na semana e era desmontado para dar lugar a outros cenários que também precisavam ser gravados para finalizar o bloco de capítulos para a exibição.

- 3) A divisão das peças foi pensada de maneira a preservar a qualidade do acabamento na junção de uma peça a outra, na pintura e na forração, onde a separação das peças é naturalmente pensada com relação a existência de algum elemento de arquitetura que possa dividi-la, como alisares, molduras, colunas, cortinas, etc.
- 4) O conjunto da escada foi construído num carro (elemento de cenografia com rodas) com a altura de 5,80m para poder ser armazenado e passar pela porta do estúdio.
- 5) A escada ficava no centro e no fundo do cenário criando um ponto focal e um elemento de circulação vertical de circulação criando uma perspectiva oblíqua quando necessário.
- 6) A porta de entrada, em descontinuidade a fachada construída para a cidade cenográfica onde a porta ficava no centro, ficava na lateral esquerda do cenário num ponto estratégico para que o ator quando fosse abrir a porta não ficasse de costas para a câmera.
- 7) O cenário foi feito com boca de cena em toda a extensão da sala de estar e de jantar, com um corredor ao fundo e entre os diferentes espaços para dar mais perspectiva e profundidade para os planos das câmeras 1 e 4 que na grande maioria numa novela se ocupam dos planos fechados dos protagonistas.
- 8) As fontes de luz natural e luz artificial eram distribuídas por todo o cenário, tendo o diretor de fotografia facilidade para iluminar e explicar as fontes de luz. As janelas estavam colocadas e foram vestidas de maneira a que os painéis de fotografia pudessem não ser um ponto de atenção, uma vez que muitas vezes eles acabam sendo um problema para a fotografia.
- 9) A boca de cena da cozinha era invertida, podendo esta ser montada sem o conjunto da sala caso fosse necessário para o roteiro de gravação para a alegria da produção.
- 10) A sala de jantar que possuía a boca de cena mais estreita e concentrava uma grande quantidade de cenas com muitos atores proporcionava profundidade para todas as posições de câmera e marcação dos atores, ainda facilitadas pelo uso de

espelhos em molduras que aumentavam o espaço mas podiam ser facilmente inclinados ou retirados.

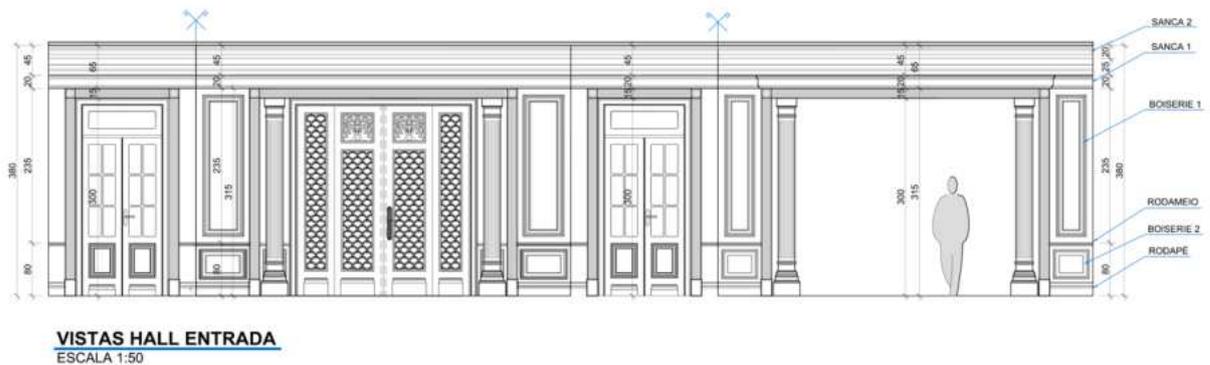
- 11) O cenário tinha espaço suficiente e cobertura suficiente para que as câmeras pudessem entrar no cenário para pegar os atores frontalmente se necessário.
- 12) Possuía uma paleta de cor predominantemente neutra em suas paredes, podendo se adaptar a muitas cores de figurinos e objetos de cena que pudessem surgir durante a continuidade.
- 13) E principalmente, com a arquitetura “neoclássica contemporânea” pesadelo de arquitetos, misturada a utilização de móveis e objetos de gosto duvidoso, respondia aos desejos do autor descritos na sinopse.

Imagem 138: Planta de lay-out da sala e cozinha da mansão do Tufão.



Fonte: acervo da autora.

Imagem 139: Vista do cenário da sala da Mansão de Tufão feita para o projeto de cenografia.



Fonte: acervo da autora.

A diretora Amora Mautner e os atores do núcleo reconheceram aquele lugar como o lar da família Tufão, uma extensão da narrativa, e através deste cenário mergulharam ainda mais nas personagens, seus gostos, gestos, movimentações, preferências de lugares, etc. Este espaço foi devidamente ocupado e habitado pelas personagens, como precisa ser.

Imagem 141: sala de estar do cenário que deu vida para a mansão da família Tufão.



Fonte: print screen da cena da novela Avenida Brasil (2012) da plataforma Globoplay.

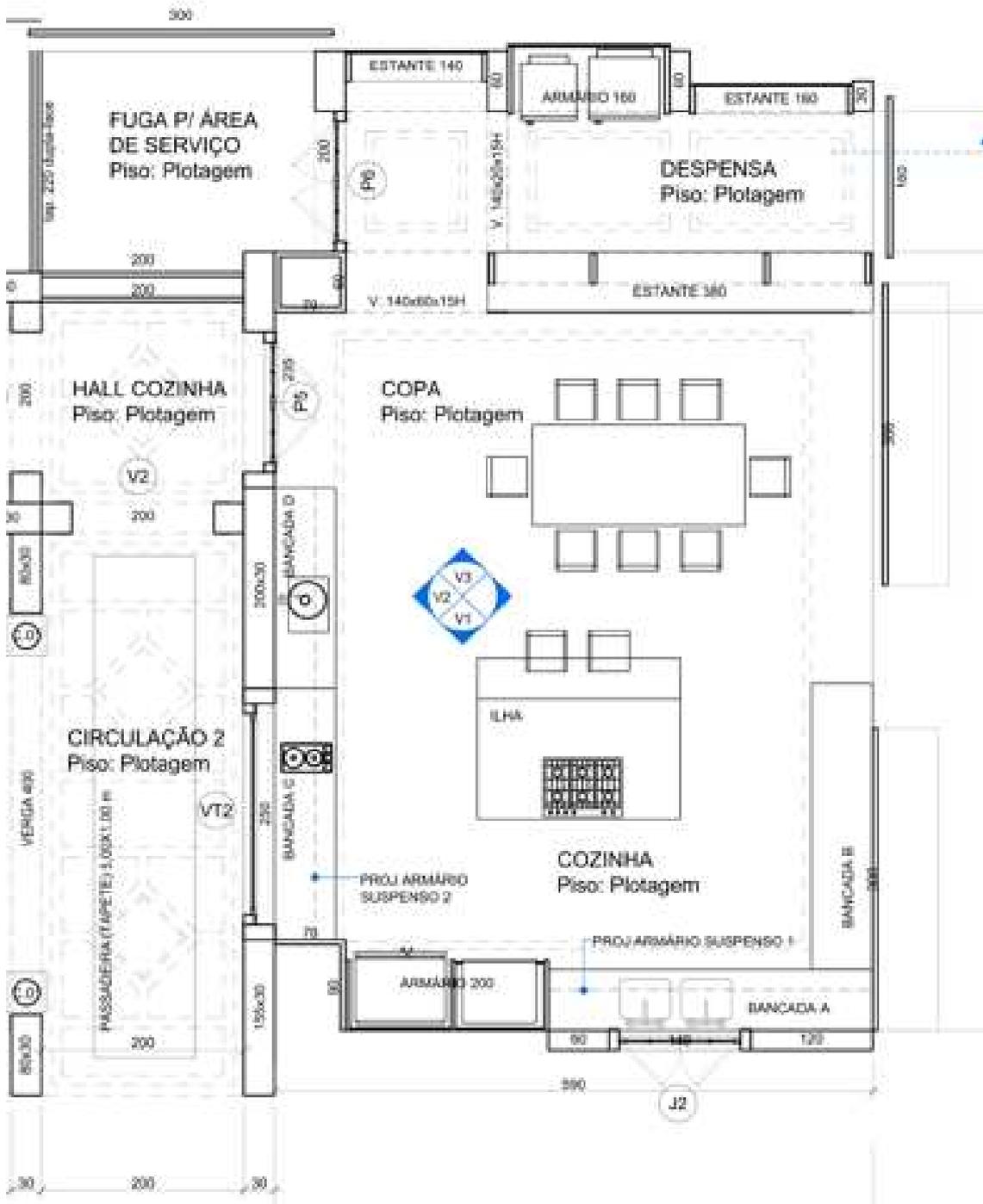
Imagem 142: sala de jantar do cenário que deu vida para a mansão da família Tufão.



Fonte: print screen da cena da novela Avenida Brasil (2012) da plataforma Globoplay

O cenário da cozinha da mansão do Tufão possuía uma configuração espacial clássica, com boca de cena aberta para o posicionamento de quatro câmeras simultâneas. A profundidade invertida possibilitava a visão de todo o cenário da sala através da porta de entrada.

Imagem 143: planta baixa ampliada da cozinha da mansão do Tufão.



Fonte: acervo da própria autora.

As câmeras eram posicionadas nos três cantos do cenário e a quarta ficava no meio sob um trilho.

Imagem 144: câmera posicionada no canto esquerdo do cenário



Fonte: print screen da cena da novela *Avenida Brasil* (2012) na plataforma Globoplay.

Imagem 145: câmera central sob trilho.



Fonte: print screen da cena da novela *Avenida Brasil* (2012) na plataforma Globoplay.

O que podemos perceber com todas essas imagens, é que fora o plano geral dado pela câmera que se posiciona no centro do cenário, às vezes sob um trilho para fazer uma

movimentação paralela a boca de cena e estabelecer os parâmetros gerais de localização de cada ator em cena, os demais planos possuem como objeto de atenção o ator, sua ação e sua fala. Como vimos, sendo a tela da televisão muito menor do que a tela do cinema, o que vemos além do ator nesses planos são fragmentos de cenários que precisam passar as informações, portanto praticamente não existe planos “limpos”, “vazios”, eles são sempre repletos de informações, cores, texturas, podendo neste sentido fugir do realismo para se tornar uma síntese onde o cenógrafo precisa garantir o enquadramento adequado, com fundos interessantes para a figura do ator, e que o público rapidamente identifique em que cenário a cena está localizada. Um fundo vazio na TV Globo é considerado desinteressante, pobre no sentido da transmissão da identidade visual da personagem, o que faz com que mesmo o espaço miserável produza um plano repleto de informações.

Ao respeitar as regras, ou cumprir todos os ítems que tipificam um cenário de novela das 21:00, percebe-se que estes podem acabar homogeneizando a visualidade e reproduzindo formatos. Se por um lado o espectador pode ter a impressão de estar sempre vendo a mesma novela, o mesmo programa, as mesmas cores, e as mesmas portas e janelas; por outro lado, ao mudar de canal reconhece visualmente que está assistindo um programa no canal da TV Globo. As regras acabam funcionando como balizadores da visualidade, determinantes para a constituição do Padrão Globo de Qualidade. Porém é importante contextualizar que regras existem em qualquer braço da cenografia, seja cinema, teatro, carnaval, televisão. Cada campo específico cria suas próprias regras que funcionam como limites constituintes da obra, e é nesses limites que o cenógrafo, através da sua criatividade, consegue encontrar brechas de liberdade para criar algo que se conecte com o espectador, como foi o caso deste cenário da mansão do Tufão em *Avenida Brasil* (2012).

O espaço representado pela cenografia contribuiu para definir não só a identidade visual do programa e o reconhecimento do seu gênero, mas também para configurar as modalidades através das quais se comunica com o espectador, e portanto, o papel que atribui a este último. O modelo de representação espacial adotado pelas novelas da TV Globo e também por este cenário de *Avenida Brasil*, que funciona como uma síntese daquilo que é um cenário principal de novela das 21:00, serviu por décadas para orientar os saberes, os valores e as crenças do espectador da televisão. A formação da visualidade do brasileiro que hoje está ativo no mercado, na sociedade e na política, foi moldada por esta estética televisiva.

Pode-se afirmar que na ausência de alguém que atue como diretor de arte, estes princípios norteadores do padrão de qualidade, criados para atender a demanda de exibição e a produção industrial em ritmo acelerado, produzem a direção de arte de uma novela da TV Globo.

4.1.4.2 – CASA DA MONALISA

Assim como para a criação do cenário da mansão do Tufão, minha primeira tarefa para conceber o cenário da casa da Monalisa foi ler a sinopse:

Casa de Monalisa. Uma bela casa, confortável, repleta de eletrônicos. Os freezers estão sempre abarrotados de comida, já que a dona da casa prometeu para si mesma que nunca mais passaria fome. A casa compõe-se dos seguintes ambientes: sala, cozinha, quarto de Monalisa, e um outro quarto onde Olenka vai morar.

MONALISA Barbosa, na faixa dos cinquenta, vivida, carismática, apaixonada, divertida, sensual. Mulher de fibra, nascida na Paraíba, Monalisa veio tentar a sorte no Rio sem um centavo no bolso. Chegando na cidade, arrumou emprego de manicure. Apaixonou-se por Tufão ao vê-lo jogar pelada no campinho e sofreu quando perdeu seu homem para Carminha. Descobriu que estava grávida de Tufão depois que ele terminou com ela. Teve o filho sozinha na Paraíba e criou o menino Iran sem que Tufão soubesse que era pai dele. Mãe possessiva, Monalisa não tem sossego, já que seu filho, atualmente um lindo rapaz de dezoito anos, parece ter um mel que atrai todas as mulheres do bairro. Evidentemente, nenhuma daquelas “vadias” é digna de namorar o seu príncipe, e Monalisa dá um jeito de despachar todas que pode dali. Agora, para seu horror, seu rebento está saindo de casa para rachar um apartamento na Zona Sul com seu melhor amigo, Jorginho, filho adotivo de Tufão. Iran, assim como Jorginho, também é jogador de futebol, e ultimamente tem andado perto do homem que ele não sabe que é seu pai. De manicure, Monalisa transformou-se em dona de salão. Conhecida como “rainha da chapinha”, foi a responsável pelo enlouramento da maioria da população feminina do bairro. Ambiciosa, está decidida a ampliar ainda mais seus negócios, transformando um motel em decadência de propriedade de Tufão numa espécie de clube, que de noite funciona como casa noturna, o “Palácio das Rosas” templo do pagode e do funk, onde a moçada do Jardim Suely ferve, e de dia transforma-se num piscinão de Ramos. Assim como Tufão, Monalisa é um ícone nas redondezas além de ser a única pessoa capaz de desafiar o jogador de futebol. Exemplo de mulher bem sucedida e emancipada, ela mantém um romance há anos com Silas, dono de um “carro de mensagem”, mas não quer juntar os trapinhos com ele. Prefere manter a sua liberdade. Costuma dizer que não quer botar homem dentro de casa pra não ter que entregar o controle remoto da TV. Na verdade, o coração dela sempre foi e será de Tufão. (sinopse de João Emanuel Carneiro da novela *Avenida Brasil*, 2012)

A partir destes trechos fica evidente que a liberdade de concepção por parte do cenógrafo é imensa. Monalisa é uma personagem que venceu na vida, se tornou ponto de referência de sua comunidade, e apesar de todo o sofrimento do início de sua vida, graças a seu próprio mérito, hoje desfruta de uma situação social e econômica confortável e de sua

independência e liberdade. Sua casa precisava ostentar todas as suas qualidades: mulher “de fibra, carismática, passional, divertida e sensual.”

Junto com o cenógrafo titular Alexandre Gomes, decidi usar as personagens e os cenários dos filmes do cineasta Almodóvar como ponto de partida para a pesquisa de referências. O prazo era curto, e durante um jantar na casa de um amigo que acabara de alugar um apartamento na praia de Botafogo, ao ir ao banheiro me apaixonei pela padronagem do azulejo, por se adequar ao conceito almodovariano e ainda remeter às estamparias dos azulejos cariocas. A curiosidade e o olhar atento são as armas do cenógrafo quando ele precisa dar soluções rápidas, pois ele precisa partir da sua vivência e do seu próprio repertório para materializar os universos das personagens e da história.

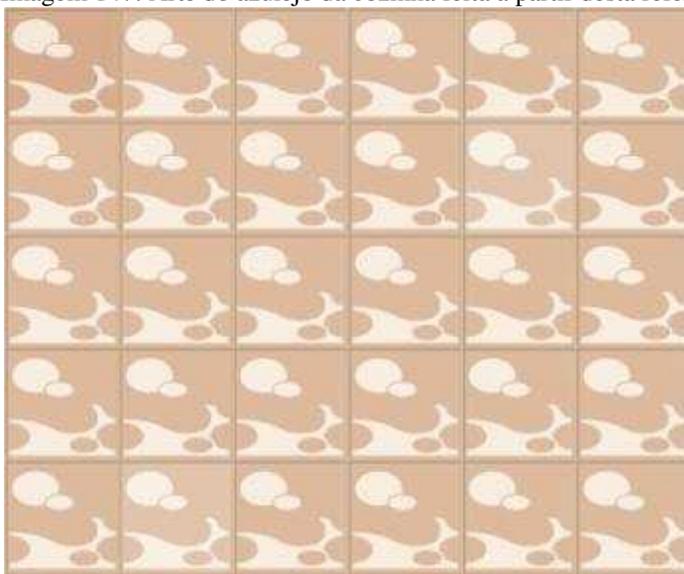
Imagem 146: foto do azulejo do banheiro do apartamento.



Fonte: fotografia feita pela própria autora.

A partir desta referência, a cenógrafa assistente Luciana Massena desenhou cada azulejo no programa *illustrator*, modificou a cor para a paleta de cores do cenário da personagem definida por mim e aplicou filtros para dar a impressão de azulejo verdadeiro. A arte foi impressa em chapa de PVC silkada.

Imagem 147: Arte do azulejo da cozinha feita a partir desta referência:



Fonte: arquivo da própria autora.

Para este cenário, dada à particularidade das referências, todas as padronagens de papel de parede, piso, azulejos, tecido de cortinas, forração de sofá e almofadas foram desenvolvidas pela equipe de cenógrafos assistentes.

Imagem 148: Arte do papel de parede da sala, esta arte foi impressa em lona grain fosca.



Fonte: arquivo da própria autora.

Imagem 149: Arte do papel de parede do quarto da Monalisa, esta arte foi impressa em lona grain fosca.



Fonte: acervo da própria autora.

Imagem 150: Arte do Piso da cozinha, esta arte foi impressa em piso decorflex do avesso.



Fonte: acervo da própria autora.

Imagem 151: Arte do azulejo do banheiro, esta arte foi impressa em chapa de pvc silkado.



Fonte: acervo da própria autora.

Imagem 152: Arte da cortina do Banheiro, esta arte foi impressa em tecido voil branco.



Fonte: acervo da própria autora.

Existe nestas padronagens um exagero que beira a caricatura e que está distante da realidade, porém é condizente ao universo criado para a personagem. Todas as forrações, sejam elas de parede, sofá, roupa de cama, sobrepostas nos enquadramentos, combinam entre si, embora diferentes seguem o mesmo estilo e a mesma paleta de cores. Existe uma limpeza exagerada no cenário, nenhum rejunte de azulejo está sujo, nenhuma forração está velha ou

usada, parece que tudo foi comprado ontem. Monalisa não recebeu herança, ela não possui nenhum objeto que era da mãe, tia ou avó, ela começou a vida do zero, o seu passado foi deixado para trás, e todos os objetos demonstravam isso ao serem novos. O superlativo do exagero torna a personagem verossímil e admirada por todos, a cabeleireira que assiste a novela quer ser a Monalisa, e neste sentido este cenário é coerente com sua personagem.

Imagem 153: Cozinha da casa de Monalisa com a padronagem dos azulejos se sobrepondo à da área de serviço.



Fonte: print screen da cena da novela Avenida Brasil (2012) na plataforma Globoplay.

Imagem 154: Cozinha da casa de Monalisa com todos os seus eletrodomésticos sendo ostentados.



Fonte: print screen da cena da novela Avenida Brasil (2012) na plataforma Globoplay.

Imagem 155: Sala da casa de Monalisa com a padronagem do papel de parede dos azulejos se sobrepondo aos azulejos da cozinha e ao cobogó da área de serviço.



Fonte: print screen da cena da novela Avenida Brasil (2012) na plataforma Globoplay.

Imagem 156: Sala da casa de Monalisa com a padronagem do papel de parede que protagonizou o espaço visual.



Fonte: print screen da cena da novela Avenida Brasil (2012) na plataforma Globoplay.

Imagem 157: Quarto da casa de Monalisa com a padronagem do papel de parede dos azulejos se sobrepondo ao tecido do edredom e da cabeceira da cama.



Fonte: print screen da cena da novela Avenida Brasil (2012) na plataforma Globoplay.

Ao mesmo tempo, em pesquisas de campo, pude perceber que o interior de residência das pessoas mais bem sucedidas economicamente que vivem no subúrbio ou em comunidade, se constitui como um ambiente de contraste com relação ao exterior ao qual pertencem. O conforto, a limpeza, os eletrodomésticos, os aparelhos eletrônicos, os materiais de acabamento com brilho, a decoração, roupa de cama, são objetos de desejos extremamente significativos para a classe C que demonstravam prosperidade. Segue abaixo uma foto de pesquisa de locação:

Imagem 158: Interior de casa de subúrbio:

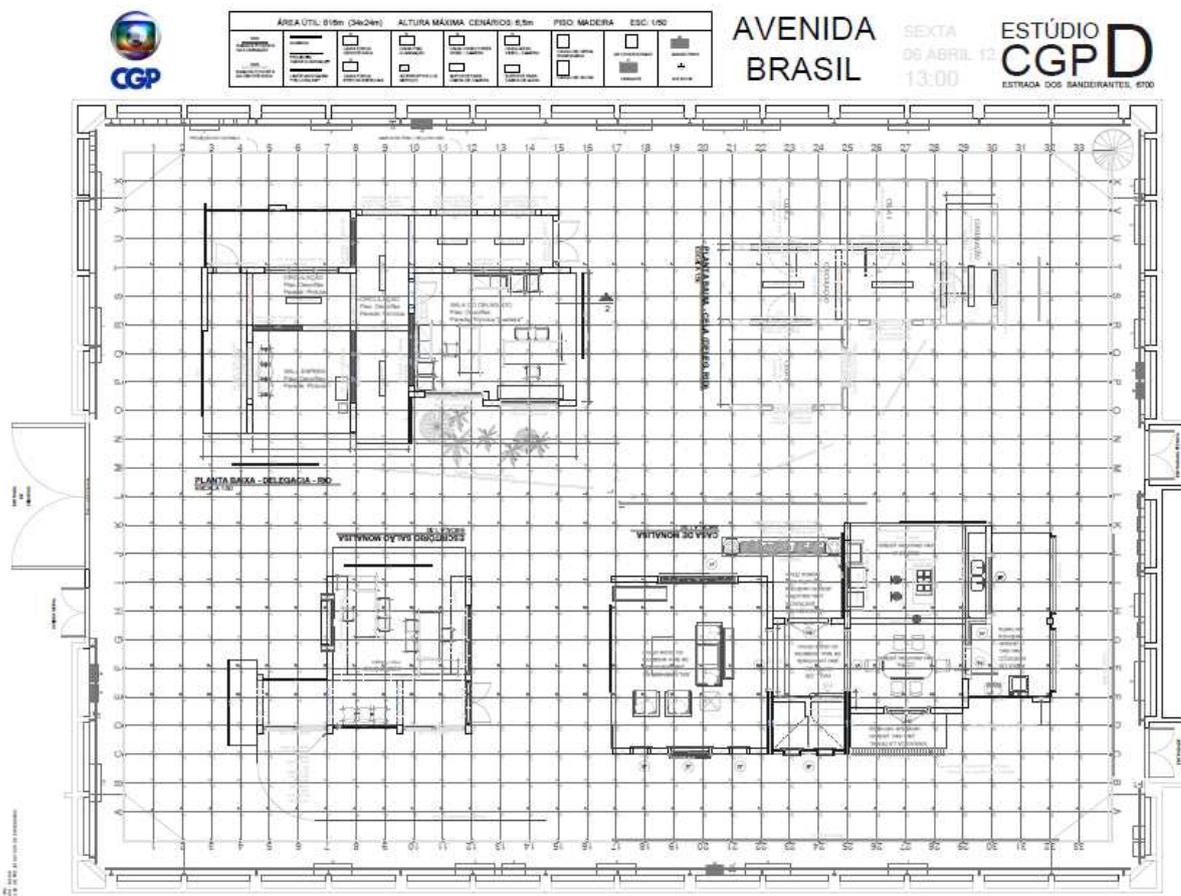


Fonte: fotografia feita pela própria autora.

Como se apropriar desta realidade e transformá-la em cenário de novela compatível ao imaginário da casa que a personagem deveria ter é a questão central que norteia o trabalho da cenografia. Monalisa ascendeu economicamente e não pertencia mais a classe C, no desenrolar da trama ela chegou a se mudar para o apartamento da Verônica e Cadinho na Zona Sul carioca, mas não se adaptou e voltou para o Divino. A história de vida da personagem deveria ser transformada em modelo a ser seguido, portanto a sua casa também deveria conter uma visualidade que fosse idealizada para ser desejada por uma classe que buscava a ascensão econômica e social. A apropriação deste modelo “real” da fotografia feita na pesquisa de campo é entremeada a uma coerência cromática e estética que comunicam que ao se ascender economicamente, a pessoa precisasse adotar os valores estéticos da burguesia, mesmo que de forma exagerada e com adereços de gosto duvidoso para ascender socialmente.

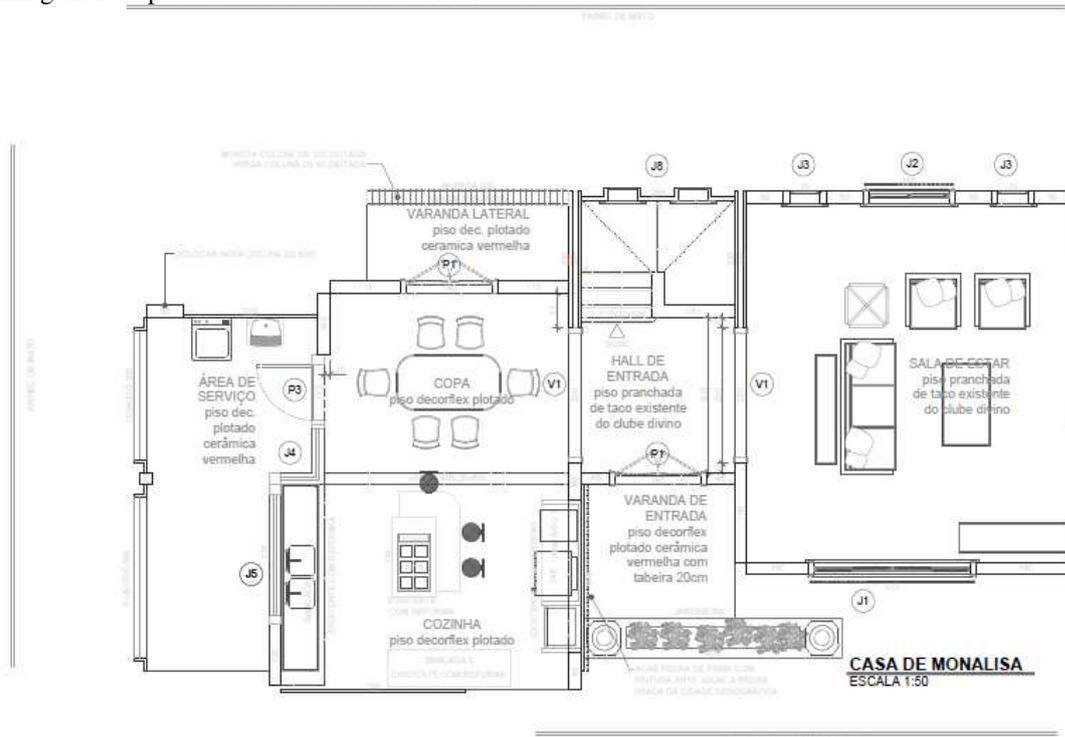
A casa da Monalisa não era o cenário principal da novela e também não haviam muitas cenas para ele escritas, portanto ele deveria ser pensado, em termos de tamanho, para poder ser planteado com os demais cenários da novela, como um cenário de tamanho médio ocupando no máximo $\frac{1}{4}$ do estúdio.

Imagem 159: planteamento do dia 06/04/2012 com o cenário da Monalisa ocupando ¼ do estúdio no canto inferior direito.



Fonte: acervo da autora.

Imagem 160: planta baixa do cenário da Monalisa



Fonte: acervo da própria autora.

O que podemos ver é que neste cenário, para que ele ocupasse menos espaço e mesmo assim continuasse oferecendo profundidade, perspectiva para as quatro câmeras, fontes de luz natural e artificial abundantes, as bocas de cena da cozinha e da sala ficaram invertidas. A configuração espacial do cenário determinou o ponto de vista principal da cena, a visão geral que passou a orientar os movimentos dos atores e a decupagem dos planos, além de determinar a montagem da iluminação e a instalação de tudo o que precisava ficar atrás das câmeras. A circulação da escada e da porta de entrada no meio, entre cozinha e sala, possibilitaram a visibilidade de todas as entradas e saídas das personagens tanto por um ambiente quanto por outro. O fato da novela se constituir uma obra aberta, onde não se sabe quantas entradas e saídas, subidas e descidas vão existir e muito menos quantas pessoas irão frequentar ao mesmo tempo o cenário, a possibilidade dessas áreas de circulação poderem ser vistas de diversos ângulos é fundamental para a direção.

Pela sinopse a cozinha era o ponto central da casa pois ela contava a história de que Monalisa já tinha passado fome, por esta razão era importante que cozinha e sala estivessem interligadas sem porta separando-as possibilitando diferentes movimentações e marcações de cena onde os atores poderiam circular de um ambiente a outro. Todos esses dados, referências, demandas, balizadores, regras, diretrizes, se misturam, se agrupam, se organizam, se bagunçam e tomam corpo no cenário.

4.1.4.2 – CASA DA JANAÍNA.

A casa da Janaína é um ótimo exemplo para o debate sobre a representação da classe C na novela *Avenida Brasil* uma vez que ela possuía bens de consumo comuns e desejados pela maioria das famílias, mas não mudou de classe social como fora o caso de Monalisa. Segue abaixo trecho da sinopse que fala da personagem e de seu filho Lúcio:

JANAÍNA da Silva, na faixa dos quarenta, obstinada, sincera, batalhadora, mãe solteira do filho Lúcio, juntou um bom dinheiro trabalhando como empregada principal na casa do jogador de futebol, grana essa suficiente para que ela financie a boa vida do filho e até contrate uma empregada para si. Quando chega em casa, é a vez dela ser a patroa, dando duro na pobre serviçal Xodinha.

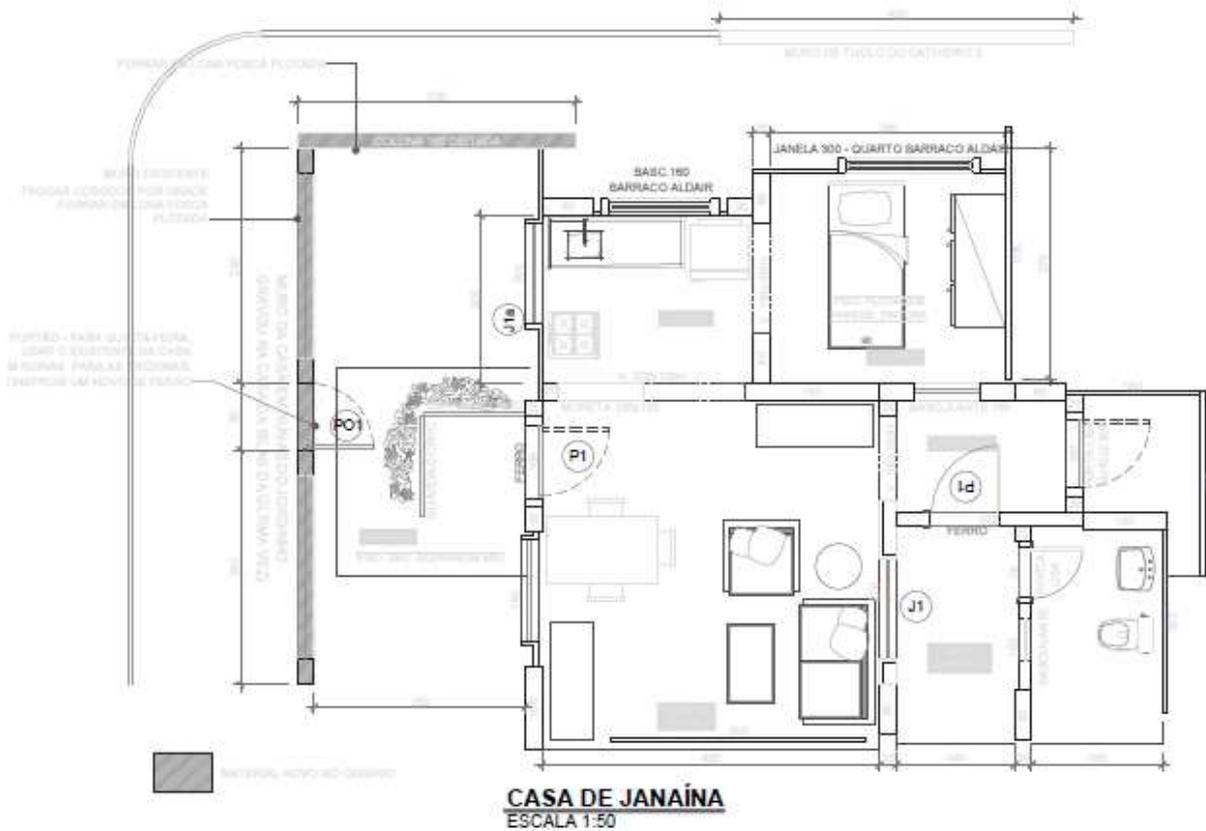
LÚCIO, na faixa dos vinte, bonito, preguiçoso, vagabundo, malandro. O filho mimado de Janaína dá sempre um jeito de fugir do trabalho na loja de Diógenes alegando que ficou doente. Playboy de subúrbio, passa a vida tomando sol na piscina de plástico no quintal da casa e exercitando seus músculos com halteres.

Consegue arrancar da mãe dinheiro para custear seus luxos: o carro envenenado e as noitadas com os amigos no baile funk. É MC e sonha entrar no big brother.
CASA DE JANAÍNA. Não falta nada na confortável casa da empregada do jogador de futebol. No quintal da casa está a piscina de plástico e a churrasqueira de onde seu filho Lúcio nunca arreda pé. (sinopse de João Emanuel Carneiro da novela *Avenida Brasil*, 2012)

Uma das características mais importantes dos cenários de *Avenida Brasil*, foi uma quebra de paradigma com relação ao tamanho do cenário e da relação entre profundidade e largura da boca de cena. Na novela *A Favorita*, do mesmo autor João Emanuel Carneiro e diretor Ricardo Waddington, cujo cenógrafo era Mário Monteiro e eu uma de suas assistentes, o orçamento dos cenários precisou ter um corte de 10%, e junto a esta demanda do diretor de produção Flávio Nascimento, a direção de RW estava reclamando do tamanho dos cenários como um todo das novelas da TV Globo: que eram muito grandes, maiores do que a realidade, que as câmeras já não eram tão grandes como antes, que a linguagem precisava mudar, que a boca de cena não precisava mais ser aberta, que era necessário um cenário mais realista, etc. Para solucionar o problema de orçamento e atender as demandas da direção, Monteiro decidiu reduzir o tamanho dos cenários em 10%. Portanto, a partir da novela *A Favorita*, para a direção de Ricardo Waddington, os cenários ganharam outras proporções, principalmente aqueles das classes mais populares.

Com este caminho aberto, a novela *Avenida Brasil* adotou este mesmo procedimento reduzindo sensivelmente o tamanho dos cenários e da boca de cena, sendo que algumas eram tão apertadas que as cenas passavam ser gravadas através de portas, janelas e frestas, até mesmo para dar a sensação do olhar espião. O estreitamento da boca de cena criava a sensação de enclausuramento, a câmera deveria ter dificuldade para trabalhar, - inclusive houveram algumas reclamações da parte dos operadores de câmera a esse respeito -, o ator não podia se movimentar com facilidade pois não se encontrava num salão livre, mas sim num espaço apertado. Uma cena não era mais composta somente pelas câmeras dispostas na boca de cena, mas também ganhava o enquadramento feito através de algum elemento da arquitetura do cenário. O cenário da casa de Janaina que cumpre esses novos requisitos.

Imagem 161: planta baixa do cenário da casa de Janaína



Fonte: acervo da própria autora.

Na imagem da casa da Janaína antes da reforma, vemos que apesar da simplicidade, alguns códigos visuais se repetem: a profusão de fontes de luz natural, só nesta imagem abaixo são 3 janelas e uma porta de vidro; a ausência de parede “vazia”, sempre há algum elemento no fundo das personagens, cores neutras nas paredes dos cenários, fio do micro-ondas aparecendo para trazer “verdade”, acabamento com massa grossa e desigual nas paredes. A produção de arte colaborou com os paninhos, toalhas de mesa, frutas, legumes, plantas para trazer colorido e vida a casa.

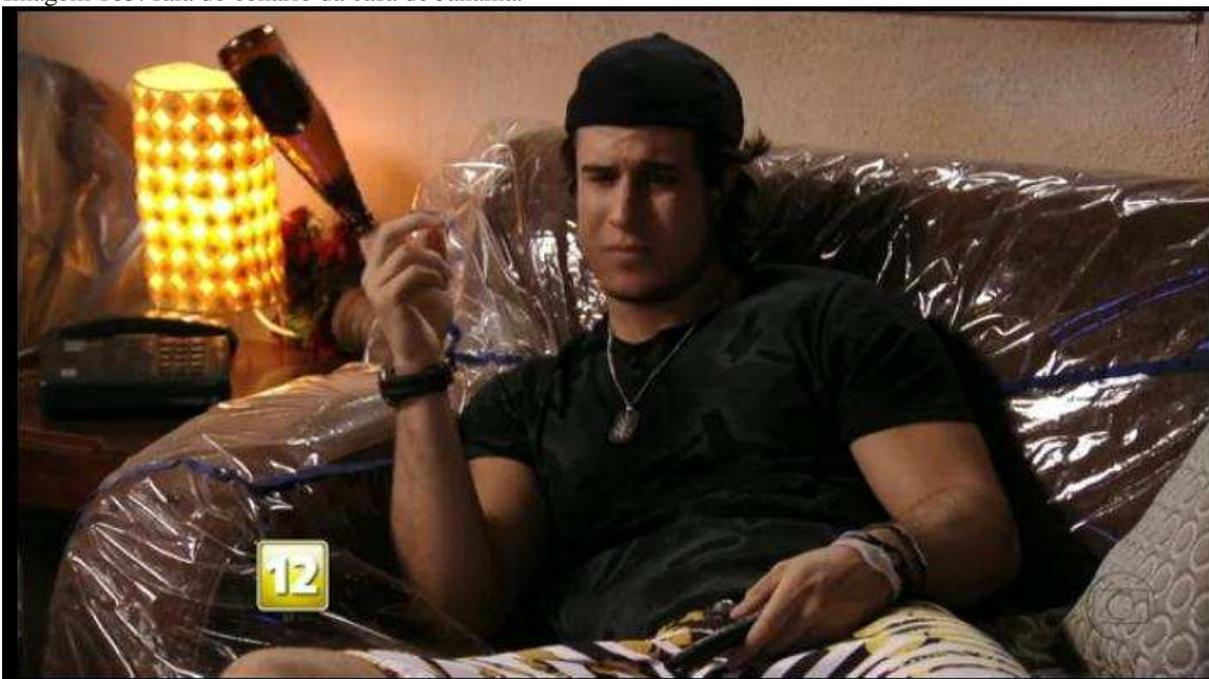
Imagem 162: sala do cenário da casa de Janaína.



Fonte: print screen da cena da novela *Avenida Brasil* (2012) na plataforma Globoplay.

Na sequência que segue abaixo, podemos acompanhar a obra de reforma e modernização da cozinha. No primeiro plano vemos que o sofá, comprado em várias prestações, ficava sempre coberto por uma capa de plástico confeccionada exclusivamente para ele, assim ele ficaria sempre novo para receber visitas. A luminária de fuxico além de ser ponto de luz artificial que ajuda no embelezamento do quadro é um artifício muito usado nas casas de classe populares pois traz um lado de artesanato para a casa, algo que pode ter sido comprado numa feira, ou feito por uma colega. Lúcio, o filho playboy da Janaína está largado no sofá com uma cerveja vazia e com o controle remoto na mão mostrando que ele estava assistindo TV enquanto o Adauto trabalhava na obra e a empregada da casa lhe servia.

Imagem 163: sala do cenário da casa de Janaína.



Fonte: print screen da cena da novela *Avenida Brasil* (2012) na plataforma Globoplay.

Na cena abaixo podemos perceber a repetição do padrão da empregada servindo o patrão, Janaína a maltrata exatamente da mesma forma que Carminha faz com ela. Neste plano mais aberto podemos ver Adauto trabalhando no fundo com uma maquina, a geladeira novinha, e a padronagem do azulejo que estava “na moda”. Para conceituar este azulejo eu fui em algumas lojas de material de construção e perguntei para os vendedores quais eram os azulejos que estavam sendo mais vendidos. Cruzando os modelos com os valores e a paleta da casa chegamos nessa arte que também foi impressa em chapa de PVC silkado. Algumas peças verdadeiras foram compradas para compor o cenário e fazer a cena com a maquina.

Imagem 164: sala do cenário da casa de Janaína em obra.



Fonte: print screen da cena da novela *Avenida Brasil* (2012) na plataforma Globoplay.

Nesta sequência, Muricy foi visitar Janaina e levar uma refeição para o namorado Adatao. Janaina expulsa Lúcio do sofá e retira o plástico do sofá para que a patroa possa se sentar e apreciar um cafezinho fresquinho que a empregada passou “na hora”.

Imagem 165: sala do cenário da casa de Janaína em obra.



Fonte: print screen da cena da novela *Avenida Brasil* (2012) na plataforma Globoplay.

Importante dizer que em toda esta sequência a cena escrita não possuía as marcações dos atores, tudo o que foi feito foi solicitado e decidido no momento da gravação. Parte do material já havia sido providenciado pelas equipes de produção de arte e cenografia, antevendo que haveriam ações paralelas ao texto, e parte foram produzidas na hora.

Na cena abaixo a obra da cozinha já havia sido finalizada e Janaina dava instruções para a empregada de como ela deveria passar a roupa.

Imagem 166: cozinha do cenário da casa de Janaína.



Fonte: print screen da cena da novela *Avenida Brasil* (2012) na plataforma Globoplay.

O espectador conheceu as personagens Janaína e Lúcio através de seus aspectos visuais: cenografia, objetos pessoais, figurino, acessórios, corte de cabelo, etc. Até este cenário aparecer, a única materialidade da personagem era mostrada através de seu uniforme e de suas falas. O cenário da casa da personagem abriu para o espectador as características psicológicas das personagens, o seu universo íntimo, foi capaz de descrever a época, classe social, grau de educação, cultura e informação, aspirações, desejos e sonhos. Evidenciou o comportamento, gostos e preferências que não foram ditas em texto, mas na linguagem miúda das coisas, como por exemplo na capa de plástico do sofá. Esses aspectos da personalidade foram realçados por e através da relação da personagem com sua morada cênica. Ponto para o autor que colocou em evidência o universo dessas personagens transformando-as em protagonistas da história da novela, uma vez que estavam sendo as protagonistas do mundo fora da tela.

4.1.5. O PROCESSO INDUSTRIAL COMO ALIADO

Até este capítulo o processo industrial tem sido o agente de alienação do trabalho, a fonte de repetição de paradigmas, a raiz da serialização e da padronização da estética televisiva da TV Globo. No entanto é inegável que sem este vilão da história, vencer a demanda de exibição de três novelas e a produção de quatro ao mesmo tempo seria impossível. A produção industrial oferece uma série de recursos que viabilizam a criação e oferecem um espaço de liberdade raramente encontrado em produções que não os possuem. Esses recursos estão distribuídos em orçamento, recursos materiais como um acervo disponível e principalmente equipe qualificada. Cito como exemplo todos os móveis da casa da Monalisa ou da mansão do Tufão, todos de acervo próprio pois precisavam ficar durante sete meses de exibição disponíveis, ou seja não foram alugados, e por este motivo puderam receber uma forração em tecido de acordo com o conjunto do cenário sem que a devolução fosse algo determinante na escolha. A existência de um departamento como a Divisão Industrial, DI, libera os profissionais de criação da tarefa de agenciar todos os serviços envolvidos na execução do projeto. O cenógrafo, portanto não está incumbido da responsabilidade de contratar empresas especializadas para confecção de marcenaria, serralheria e demais serviços; assim como não faz parte de suas atribuições, orçar e comprar insumos para a construção de uma tapadeira, calcular a metragem de tecido para a forração de um elemento do *dressing* – embora saiba fazer isso. Não ser responsável por estas demandas libera mais tempo para que o cenógrafo e sua equipe possa realizar as atividades de conceituação e projeto dos cenários. Mario Monteiro afirmou que é impossível fazer a direção de arte de uma novela face a sua alta demanda de produção, uma vez que é uma obra aberta, num ritmo acelerado (BASSI, 2015). Para vencer este desafio o cenógrafo desenvolveu receitas que estão até a atualidade produzindo cenários conforme seus ensinamentos. Atingir o tal Padrão Globo de Qualidade sem que alguém exerça de fato a direção de arte só se tornou possível graças à coleção de regras e diretrizes que fazem parte deste sistema diferenciado de pensar que foi passado de geração em geração criando uma cultura própria do fazer. A direção de arte numa novela existe e resiste nestas receitas que possuem ingredientes e modo de fazer, mas que também permitem e demandam inversões e subversões.

A grande questão é que na novela a direção de arte só se realiza quando toda a equipe de criação trabalha em conjunto. Apesar da cenografia ficar, evidentemente com um trabalho que a primeira vista mais se aproxima ao trabalho desenvolvido pela direção de arte no

cinema: definindo o conceito, a configuração do espaço, a paleta de cores, o *dressing* de contrarregra pesada, forração de móveis e cortinas dos cenários; ela não se atém aos objetos de cena que fazem parte do universo particular das personagens e tão pouco dos seus figurinos como já explicado no capítulo 3. A novela, para ter um conceito coeso, precisa ser estruturada a partir de um trabalho de equipe, de criação coletiva, e um dos motivos que pode impedir que isso aconteça é seu ritmo e velocidade.

No tripé da criação de uma novela, é fundamental perceber que além do pé da direção de arte, os outros dois pés: direção e fotografia; são afetados pela dinâmica industrial e se configuram diferentemente do cinema. O diretor é incumbido de gravar de 15 a 20 cenas diárias de um roteiro que a produção faz, ele precisa ser produtivo e é extremamente cobrado por isso sob risco do programa não ir ao ar e de conseqüentemente perder seu posto. O diretor de fotografia é retirado do lugar de definir enquadramentos para muitas vezes trabalhar apenas como iluminador. Todos os três precisam responder por cinco frentes de gravação sem poder efetivamente estar presente em nenhuma delas. Cada um desses tripés acaba se norteando em receitas, regras, prerrogativas e/ou diretrizes que foram estabelecidas ao longo do tempo e principalmente nos conceitos definidos na fase de pré-produção da novela. A todos resta torcer para que estes preceitos sejam seguidos por toda a equipe, e com sorte subvertidos para que algo novo e interessante apareça.

4.2. TAPAS E BEIJOS

Copacabana me engana.

Entre tapas e beijos,
É ódio, é desejo
É sonho, é ternura
Um casal que se ama
Até mesmo na cama
Provoca loucuras.
(refrão da música de Nilton Lamas tema de abertura do seriado)

Trago neste capítulo o seriado *Tapas e Beijos* como um exemplo de narrativa seriada que existiu na TV Globo em formato de várias temporadas que duravam cada uma aproximadamente um ano. De exibição semanal, este seriado contou com 169 episódios distribuídos em cinco temporadas, sendo exibido do dia 5 de abril de 2011 até o dia 15 de setembro de 2015. O programa teve autoria de Cláudio Paiva, direção de núcleo de Maurício Farias e direção de Daniela Braga e Clara Kutner, a cenografia das três primeiras temporadas foi de Luciane Nicolino e as duas últimas contaram com a minha participação.

Este tipo de programa na TV Globo por ser de longa duração, o seriado *A Grande Família* teve 14 temporadas e foi exibido durante 14 anos de 2001 a 2014, se constituiu como uma obra aberta cuja exibição inédita ocorria sempre no mesmo horário e dia da semana, com intervalos comerciais, numa época em que não havia possibilidade de rever o episódio ao menos que este fosse gravado numa fita de videocassete. Devido às características citadas acima, assim como nas novelas, as pessoas que acompanhavam o seriado se reuniam em frente da televisão, e comentavam durante o dia ou semana seguinte as peripécias das personagens. Algumas vezes os apaixonados pelo seriado assistiam a temporada mais antiga no Canal Viva.

Enquanto formato narrativo, o seriado que se alia ao humor como é o caso de *Tapas e Beijos*, se distingue pela sua imensa capacidade de transformação, ele nunca é a mesma coisa a cada novo episódio. Possui a capacidade de absorver características de outros formatos televisivos, para transformá-los em paródia, num tom farsesco de crítica social. O estilo narrativo do seriado apesar de ser bastante definido, permite variar entre inúmeras possibilidades estilísticas, entrelaçando um número enorme de situações paralelas ou divergentes, gerando como resultado uma complexa trama de acontecimentos não necessariamente integrados. A possibilidade de várias temporadas permite a inserção de novas tramas e personagens que podem conduzir a história para direções extremamente diversas e absurdas de modo a contemplar a opinião pública.

A característica fundamental de *Tapas e Beijos* era sua estrutura narrativa múltipla em que cada episódio apresentava uma história completa e autônoma com começo, meio e fim, de maneira que se por um acaso o espectador não pudesse acompanhar todos os episódios, ele não perdia o fio da meada, pois o tema central da história das protagonistas Fátima e Sueli ainda estava se desenrolando ao longo das temporadas. A riqueza desta forma de serialização televisual estava em fazer dos processos de fragmentação e embaralhamento da narrativa uma busca de modelos de organização que fossem não apenas mais complexos, mas também menos previsíveis e mais abertos ao papel ordenador do acaso.

O primeiro seriado feito pela televisão brasileira foi *Vigilante Rodoviário* (1961), criado e dirigido pelo cineasta Ary Fernandes, contava as aventuras de Carlos e seu cachorro Lobo que patrulhavam as rodovias brasileiras e venciam as lutas contra os criminosos. Produzido e exibido na TV Tupi na década de 60, pode-se considerar que este seriado apresentou o primeiro herói brasileiro. Na TV Globo, *Ciranda Cirandinha*, (1978) com texto de Domingos Oliveira e direção de Daniel Filho, surgiu da encomenda feita pelo Boni, de se produzir seriados com temática brasileira que, embora realizados dentro da fórmula americana de episódios independentes, não fossem uma simples cópia ou tradução dos seriados americanos. (FILHO, 2001). Como exemplos deste formato cito *Malu Mulher* (1979), *Carga Pesada* (1979 e 2003), *Caso Especial* (1971), *Mulher* (1998), *Os Normais* (2001), *Linha Direta* (1999) e *Você Decide* (1992). *Tapas e Beijos*, o último seriado exibido neste formato, deixou o público carente deste tipo de seriado, foi uma mudança de modelo de negócio da TV Globo que não se extinguiu pela baixa audiência. Os seriados que vieram em seguida como *Chapa Quente* (2015 - 2016) ou como *Mister Brau* (2015-2018), não possuíam temporada contínua, tinham um número definido de episódios para cada temporada e se constituíam obras fechadas.

4.2.1. A CENOGRAFIA

As amigas Sueli (Andréa Beltrão) e Fátima (Fernanda Torres) são independentes e solteiras. As duas dividem um apartamento no Méier, subúrbio carioca, e trabalham em Copacabana, na Djalma Noivas, uma loja que aluga vestidos de noiva e vende artigos para cerimônias de casamento. Todos os dias, elas lidam com os sonhos de muitas mulheres e também esperam encontrar seus príncipes encantados, mas a tarefa não parece ser nada fácil.

A vida sentimental da dupla é cercada de confusões. Sueli foi casada com Jurandir (Érico Brás), um típico malandro não muito chegado ao trabalho. O casamento

durou dois meses, a relação não deu certo e os dois acabaram se separando. Jurandir ficou sumido por alguns anos, mas agora está de volta para atormentar a vida sentimental de Sueli.

Fátima namora um homem casado, o sedutor Armane (Vladimir Brichta). Dono de uma pequena importadora em Copacabana, ele aproveita para se dedicar à Fátima em horário comercial, já que à noite e aos fins de semana precisa dar atenção para a família. Armane promete que assim que os filhos crescerem, se separará da esposa para casar com Fátima.

Vizinho ao Djalma Noivas e à importadora de Armane fica o restaurante de Chalita (Flávio Migliaccio), o Rei do Beirute. O libanês é um viúvo de meia idade que quer se casar de qualquer forma. Já os apaixonados Djalma (Otávio Müller) e Flavinha (Fernanda de Freitas) parecem formar o único casal estável da história. Além de ser casada com o dono da Djalma Noivas, Flavinha é uma das funcionárias da loja – e não dá mole para Fátima e Sueli. (Sinopse do seriado *Tapas e Beijos*. Fonte: <https://observatoriodatv.com.br/teledramaturgia/tapas-e-beijos/>)

Quando ingressei na equipe para fazer a cenografia do seriado *Tapas e Beijos* no fim de 2013, três temporadas já haviam sido produzidas e exibidas com muito sucesso de público e crítica. O diretor Maurício Farias estava deixando a rotina diária de gravação e de produção do seriado para se dedicar ao programa *Tá no Ar* (2014-2019) e levava consigo a cenógrafa e parceira de muitos trabalhos Luciane Nicolino que efetivamente, apesar de não ter sido creditada como tal, atuava como diretora de arte dos programas deste diretor. Considero que Nicolino atuava como diretora de arte porque ela comandava conceitualmente os departamentos da produção de arte, cuja produtora de arte titular era Andrea Penafiel, e do figurino, cujo figurinista titular era Antonio Medeiros. Além de conceituar visualmente o programa fazendo a ponte entre a direção e os demais departamentos, ela influenciava diretamente no desenho de produção para tornar o produto realizável. O diretor Maurício Farias tornou isso possível autorizando e incentivando que a cenógrafa atuasse como tal, de maneira que na TV Globo, se ele não tivesse dado este espaço e esta autorização, Nicolino não teria tido espaço para desenvolver este trabalho.

Neste tipo de narrativa seriada, cada nova temporada introduzia alterações de enredo, inclusão ou exclusão de personagens, e transformações na visualidade por meio de mudanças nos cenários e figurinos com o intuito de não fatigar o espectador e nem atores e diretores com mais um ano do mesmo. Como o programa era de notável sucesso, havia a intenção por parte da equipe criativa de preservação do conceito da obra já estabelecida pelas outras temporadas. Neste sentido minha tarefa era a de criar novos cenários e propor novas soluções espaciais e interferências seguindo o conceito já determinado anteriormente, ou seja, deixando que a direção de arte do programa feita por Luciane Nicolino conduzisse meu trabalho.

Minha primeira tarefa foi assistir os episódios anteriores que recebi em forma de dvd da própria empresa, e acompanhar a última semana de gravação da temporada de 2013. Com

este material pude fazer uma série de diagnósticos a respeito da linguagem visual do programa, verificar como eram os cenários, como eles eram gravados, o que poderia melhorar sem que o conceito fosse perdido, e o que poderia ser acrescentado àquele universo tão bem estruturado.

Primeiro diagnóstico: o seriado se constituía de cenas gravadas em cidade cenográfica e no estúdio com no máximo duas câmeras ao mesmo tempo e em uma frente de gravação somente. Tais dados já dizem muita coisa a respeito das respostas cenográficas possíveis e necessárias a serem dadas.

Segundo diagnóstico: Copacabana seria minha inspiração. Parti para a pesquisa de campo passando dois dias inteiros deambulando pelo bairro, observando e fotografando prédios, ruas, mobiliário urbano, calçadas, ambulantes, pessoas, comércio, lojas e galerias. Visitei boates, *pet-shops*, farmácias, *sex-shops*, antiquários, cassinos clandestinos; conversei com moradores, frequentadores, porteiros, banhistas, aposentados, turistas, etc. O mais marcante para todos os entrevistados era a convivência da diversidade, como se a cidade do Rio de Janeiro toda estivesse lá representada.

Terceiro diagnóstico: os cenários de estúdio e de cidade cenográfica eram fechados e com teto, não havia boca de cena, as duas câmeras entravam ao mesmo tempo dentro dos cenários e eles precisavam ser um pouco maiores para facilitar a movimentação da equipe e dos equipamentos que naturalmente se posicionam atrás das câmeras num *set* de gravação. Eles eram realistas porém sem perder a possibilidade da crônica da vida real, poderiam e deveriam ser divertidos e exageradamente farsescos.

Quarto diagnóstico: a movimentação cênica dos atores em cena era frenética, as câmeras iam atrás da ação e não ao contrário como acontece na novela em que a ação se posiciona com relação às câmeras localizadas na boca de cena. Era necessário possibilitar essa movimentação das câmeras pelo cenário que seria conduzida por ações paralelas às solicitadas em texto. Como as personagens precisavam ganhar humanidade através da execução de tarefas corriqueiras além de, obviamente dos seus dramas pessoais; o espaço cênico deveria proporcionar essas ações: escovar os dentes, se maquiar, colocar roupa, fazer um sanduíche, pendurar roupa no varal, acender vela para Santo Antônio, colocar os pés em cima de uma banquetta, se arrumar em frente a um espelho, etc.

Quinto diagnóstico: os cenários deveriam ser o abrigo destas ações simples que poderiam ser executadas de forma que a câmera pudesse sempre perseguir e espiar. Espelhos e fundo de geladeira e de guarda-roupas removíveis, tapadeiras móveis, janelas amplas, água

funcionando em pias e chuveiro, fogão pronto para uso, geladeira com luz e cheia de produtos, gavetas e armários com roupas, são exemplos do que precisava constar em todos os cenários de estúdio ou cidade cenográfica.

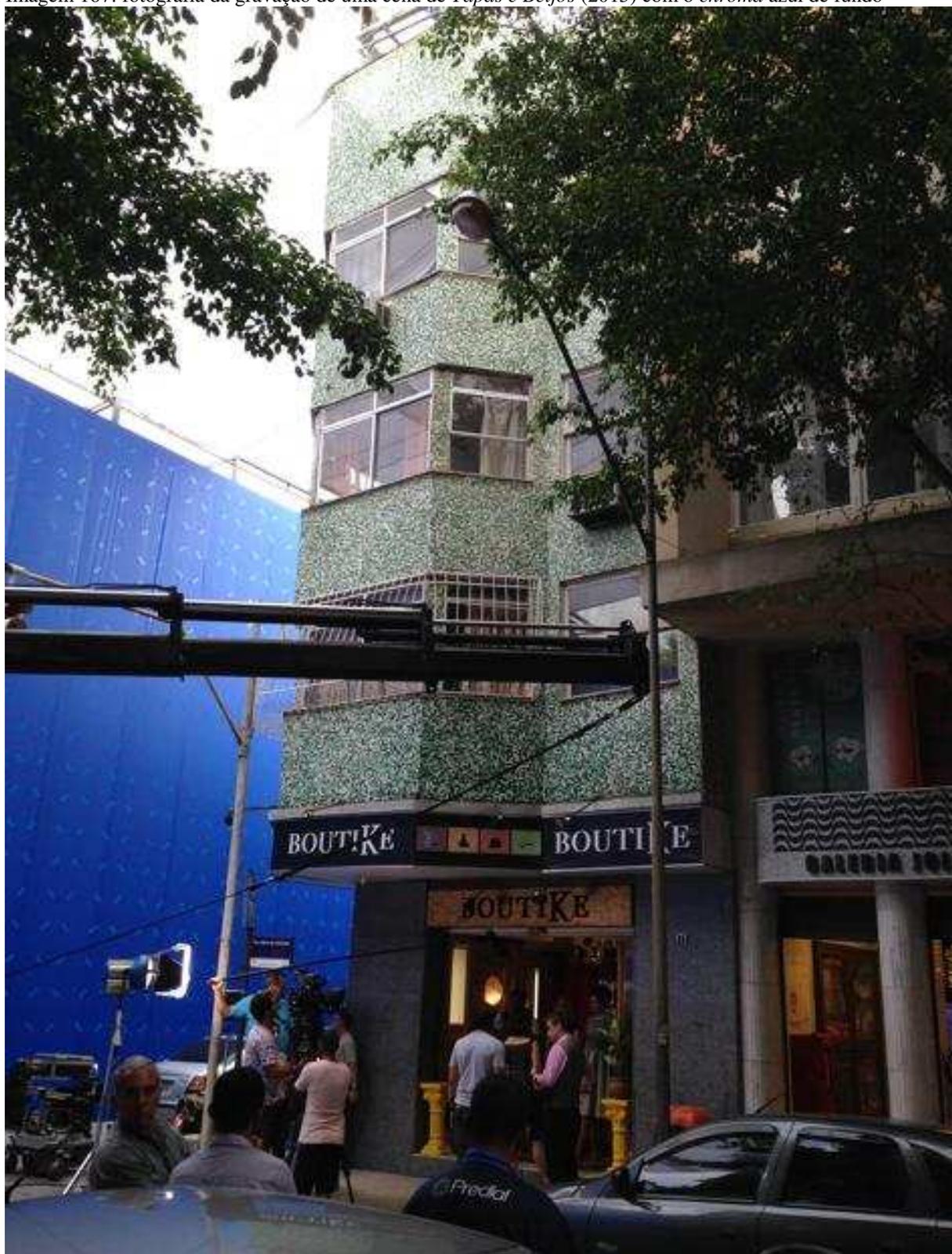
4.2.1.1. A CIDADE CENOGRÁFICA

Diante desses diagnósticos, comecei a trabalhar na demanda da produção e direção de ampliar a cidade cenográfica existente. A solicitação era de criar uma galeria entre os cenários já existentes e construir mais três ruas com mais opções de comércios e portarias de edifícios residenciais. Esta ampliação tinha como objetivo abrigar mais possibilidades de ações na própria cidade cenográfica, renovar as marcações dos atores, e principalmente fornecer ambientes cobertos para os dias de chuva, sem prejuízo da diária de gravação.

As pesquisas de campo no bairro de Copacabana descritas no capítulo 3 foram fundamentais para a realização do projeto. Quando existe a necessidade de produção de criar uma cidade cenográfica para conferir à trama uma especificidade ainda mais próxima das personagens, os cenógrafos não hesitam em construir réplicas de ruas, praças e casas nas cidades cenográficas. No caso específico de *Tapas e Beijos* a cidade cenográfica já contava com um trabalho primoroso de reprodução da realidade de Copacabana, e até mesmo os frequentadores assíduos do bairro acreditavam que as cenas tinham sido gravadas no lugar que deu a inspiração para as edificações. Esta impressão de realidade se dava porque as proporções dos edifícios da cidade cenográfica eram muito próximas da realidade; os cenários possuíam mais de três andares; os materiais de acabamento do primeiro pavimento eram verdadeiros, embora a estrutura ainda fosse como se constitui um esqueleto de cenário em cidade cenográfica (sarrafo, perna de 3' e compensado, tela de ferro e argamassa); e finalmente as ruas terminavam em enormes painéis de *chroma* de cor azul, chamados de *backlot*, cuja imagem inserida dava a sensação de movimento de carros e pessoas reais e uma profundidade e perspectiva difíceis de se reproduzir no espaço reduzido de uma cidade cenográfica. Esse trabalho de inserção de imagem que foi feito na pós-produção só era possível de ser realizado por não se tratar de um produto de exibição diária.

Vemos abaixo uma fotografia feita em uma gravação da quinta temporada na cidade cenográfica onde podemos perceber o *backlot* de *chroma* azul:

Imagem 167: fotografia da gravação de uma cena de *Tapas e Beijos* (2015) com o *chroma* azul de fundo



Fonte: fotografia feita pela autora.

Podemos comprovar com as imagens abaixo da cidade cenográfica das três primeiras temporadas (2011, 2012 e 2013), como é difícil perceber o que é cidade cenográfica e o que é imagem inserida na pós-produção no painel de *chroma* azul existente tamanha perfeição do trabalho da equipe envolvida.

Imagem 168: cena de Fátima e Sueli nas ruas da cidade cenográfica.



Fonte: print screen da cena de *Tapas e Beijos* (2013) da plataforma Globoplay.

Imagem 169: cena de Fátima e Sueli nas ruas da cidade cenográfica.



Fonte: print screen da cena de *Tapas e Beijos* (2013) da plataforma Globoplay.

Imagem 170: cena de Armane na sua loja da cidade cenográfica cujo fundo é a Imagem inserida na pós-produção.



Fonte: print screen da cena de *Tapas e Beijos* (2013) da plataforma Globoplay.

Imagem 171: cena de Armane na sua loja da cidade cenográfica cujo fundo é imagem inserida na pós-produção, que está diferente da mostrada na imagem anterior.



Fonte: print screen da cena de *Tapas e Beijos* (2013) da plataforma Globoplay.

Para ampliar a cidade cenográfica existente foi necessário conceber, projetar e produzir três ruas e abrir uma galeria comercial entre a loja do Armane e o restaurante do Chalita, sendo que esses dois comércios ganharam entradas laterais pela galeria. As ruas que

foram abertas continham uma loja de molduras, farmácia, *sex-shop*, sapataria, cutelaria, e uma entrada de edifício residencial. A galeria contava com um café e charutaria, uma loja de roupas, uma entrada de elevador para escritórios comerciais, uma escada que dava acesso a cinemas, e um salão de beleza que introduziu uma nova personagem na história que passou a fazer par romântico com o Chalita. Para aprovar a proposta apresentei várias pranchas para a direção mostrando em detalhes as transformações que a cidade cenográfica existente sofreria. Na planta baixa as novas edificações estavam coloridas.

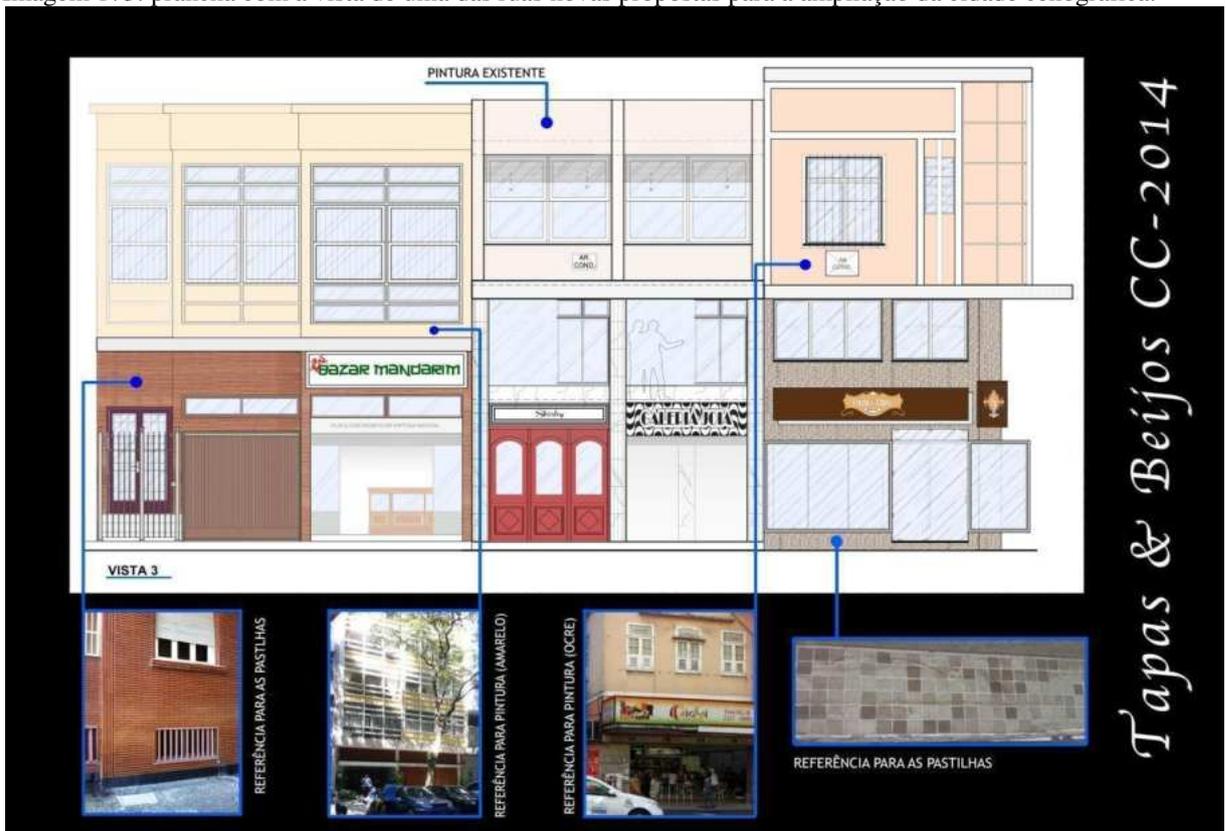
Imagem 172: prancha com a planta baixa da ampliação da cidade cenográfica.



Fonte: acervo da própria autora.

As pranchas de apresentação para a direção com as vistas das ruas apresentavam as novas edificações já com estudo de cor e imagens de referência dos materiais de acabamento e tipologia arquitetônica que reproduziram.

Imagem 173: prancha com a vista de uma das ruas novas propostas para a ampliação da cidade cenográfica.



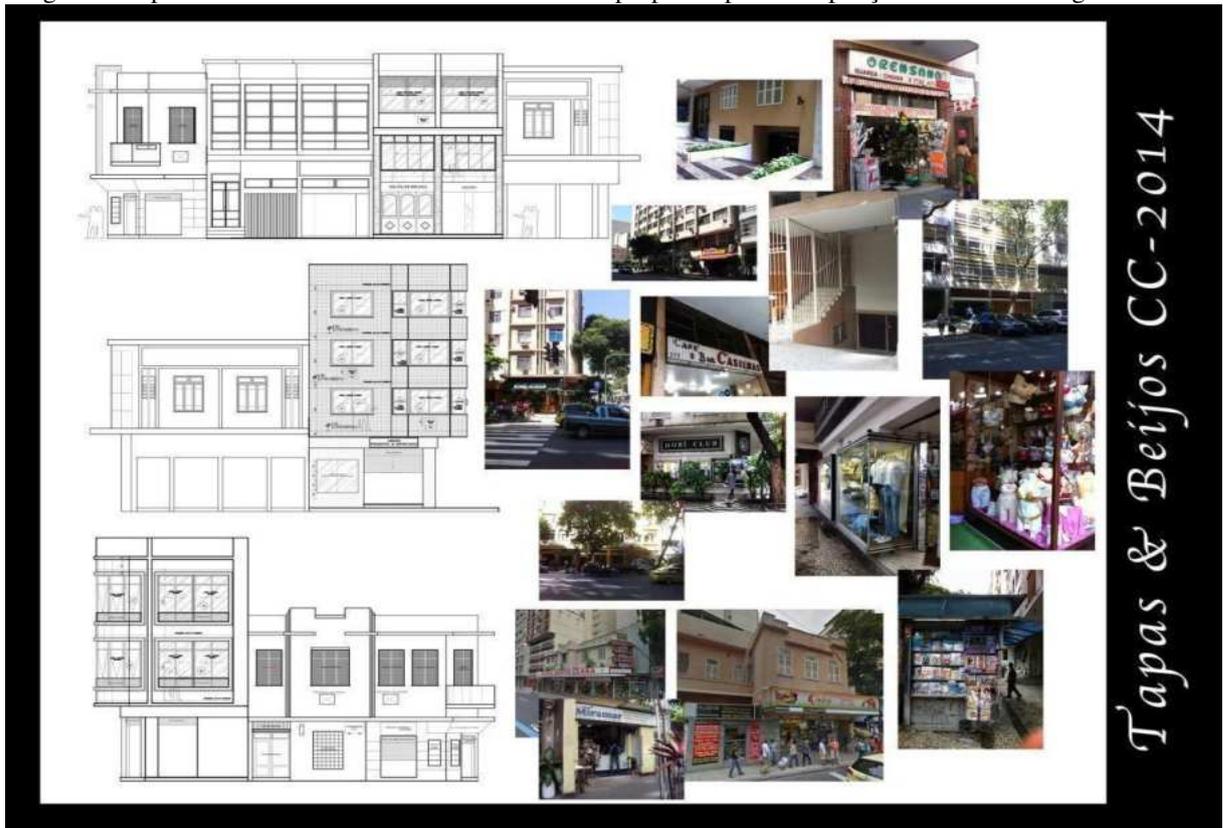
Fonte: acervo da própria autora.

Imagem 174: prancha com a vista de uma das ruas novas propostas para a ampliação da cidade cenográfica.



Fonte: acervo da própria autora.

Imagem 175: prancha com a vista de todas as ruas novas propostas para a ampliação da cidade cenográfica.



Tapas & Beijos CC-2014

Fonte: acervo da própria autora.

Imagem 176: prancha com a vista do interior da galeria proposta para a ampliação da cidade cenográfica.



Tapas & Beijos CC-2014

Fonte: acervo da própria autora

Em todos os desenhos acima é possível perceber a escala real das edificações, cujo projeto executivo mescla saberes de cenografia e arquitetura. Não se trata de um detalhamento feito por arquitetos simplesmente pois as edificações não são construídas de alvenaria. Porém é exigido um nível de compreensão de técnicas de desenho arquitetônico para que estas sejam conjugadas ao conhecimento das técnicas de construção exclusivas e desenvolvidas pelas equipes de cenografia da TV Globo para a construção das cidades cenográficas. O cenógrafo Mário Monteiro, que foi meu mestre nestes saberes nos 6 anos que trabalhei como sua assistente, com uma generosidade ímpar, me explicou a lógica e as regras da proporção deste tipo de edificação.

A cidade cenográfica como um todo foi reformada, para a temporada 4, a maioria dos cenários já existentes foram remodelados. O bar Cisne Rosa ganhou novo revestimento nas fachadas, e *dressing* interno. A antiga agência bancária se tornou uma agência de viagens.

Imagem 177: Fátima e Sueli no bar Cisne Rosa da cidade cenográfica de Tapas e Beijos (2014).



Fonte: print screen da cena do seriado *Tapas e Beijos* (2014) da plataforma Globoplay.

Imagem 178: Fátima e Sueli no bar Cisne Rosa, o contraplano mostra a nova agência de viagens da cidade cenográfica de Tapas e Beijos (2014).



Fonte: print screen da cena do seriado *Tapas e Beijos* (2014) da plataforma Globoplay.

Imagem 179: Fátima e Sueli na rua do bar Cisne Rosa da cidade cenográfica de Tapas e Beijos (2014).



Fonte: print screen da cena do seriado *Tapas e Beijos* (2014) da plataforma Globoplay.

A partir das imagens apresentadas, percebe-se a impossibilidade de distinguir o que era cenário construído e o que era imagem inserida no *chroma*. A presença de ambulantes e de uma figuração numerosa também ajudavam na construção do efeito de realidade. Uma das exigências da equipe de pós-produção com relação à aplicação da imagem no *chroma*, é que

todos os elementos visuais, cenário, *dressing*, objetos de cena, figurino, veículos de cena, etc., não poderiam ser de cor azul numa tonalidade muito próxima ao azul do *chroma*.

O restaurante árabe da personagem Chalita também foi remodelado mantendo o conceito, o balcão do bar foi reposicionado pois o cenário passou a ter além da abertura para a rua uma abertura para lateral da galeria. Era uma constante modificar a cada temporada os cenários de continuidade para provocar novas marcações de cena para atores e diretores.

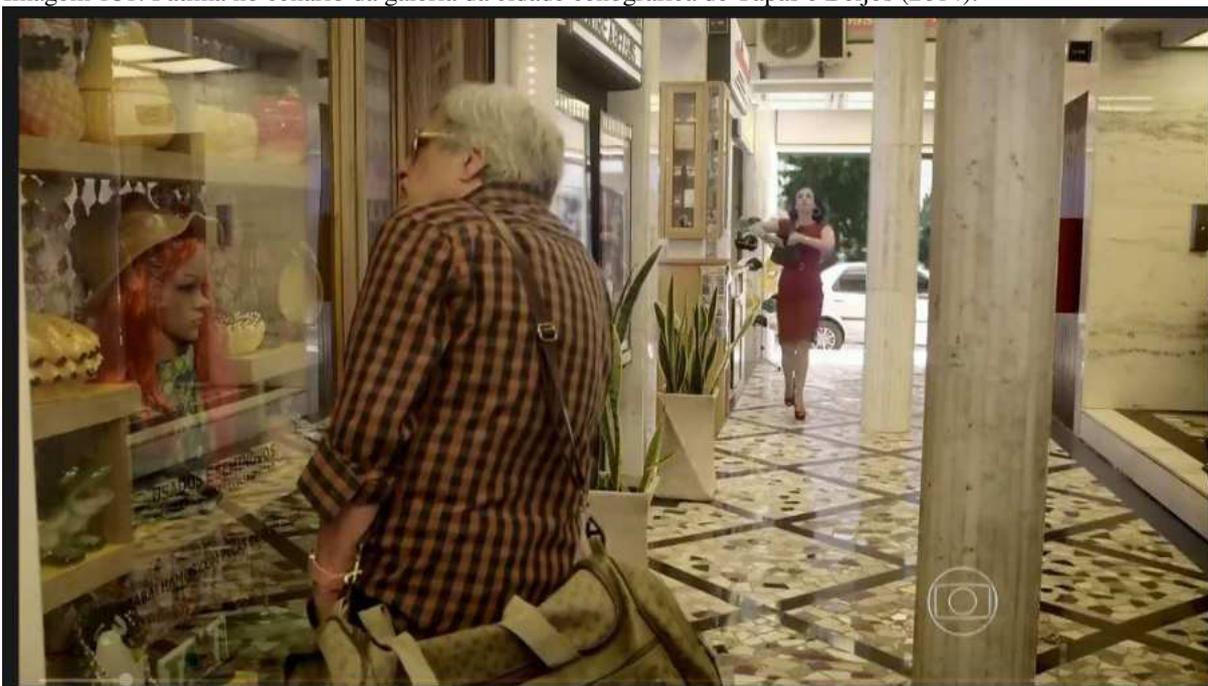
Imagem 180: Chalita abre o restaurante da cidade cenográfica de Tapas e Beijos (2014).



Fonte: print screen da cena do seriado *Tapas e Beijos* (2014) da plataforma Globoplay.

A galeria, que foi construída do zero, empregou materiais de acabamento verdadeiros como mármore branco nas colunas e paredes, granito preto e cacos no piso.

Imagem 181: Fátima no cenário da galeria da cidade cenográfica de Tapas e Beijos (2014).



Fonte: print screen da cena do seriado *Tapas e Beijos* (2014) da plataforma Globoplay.

Imagem 182: Cenário do salão de beleza da galeria da cidade cenográfica de Tapas e Beijos (2014).



Fonte: print screen da cena do seriado *Tapas e Beijos* (2014) da plataforma Globoplay.

Entre uma temporada e outra, percebe-se que o conceito do seriado não foi alterado. A cidade cenográfica cresceu e ganhou novas edificações preservando este ponto de vista peculiar do bairro de Copacabana. Há uma estetização do gosto popular, entendendo aqui como popular aquilo que está sendo usado pela maioria da população na época do seriado. Apesar do espectador acreditar que a história se passa efetivamente em Copacabana e não

numa cidade cenográfica, ele também percebe que a realidade está mais bonita, glamourizada e exagerada nos signos visuais de uso comum. Esse espaço do exagero que beira a caricatura é verossímil e amplamente aceito por se tratar de uma obra de humor.

4.2.1.2. O ESTÚDIO.

Conceber um cenário de estúdio para um seriado é muito diferente do que para uma novela. As demandas de produção deste tipo de dramaturgia seriada são muito distintas e influenciam diretamente no desenho do espaço. Como ponto de partida esses seriados, dentro do Projac, começaram a ser gravados no complexo do MG3, que possui quatro estúdios de dimensões menores e com proporção diferente aos do MG1 e MG2 onde eram gravados novelas e minisséries. Este tamanho específico de estúdio, que é mais “quadrado”, altera as regras de proporção e aproveitamento dos cenários que foram criados para se adaptar ao espaço do estúdio e à demanda do roteiro das novelas.

A quantidade de cenários e a quantidade de dias de gravação em estúdio são consideravelmente menores do que em uma novela, pois a exibição não é diária e sim semanal. Em dois dias de gravação em estúdio por semana era necessário gravar a quantidade de cenas de um episódio, mas nem sempre a quantidade de cenas de um mesmo cenário completa uma diária de gravação. A questão, portanto, era como resolver a equação do tamanho do cenário, quantidade de cenas escritas para ele, e quantidade de dias de gravação, sendo que todos os cenários de um episódio precisariam ser distribuídos nestas duas diárias.

Eram os cenários de estúdio de continuidade do programa:

- a) Boate La Conga
- b) Loja Djalma Noivas
- c) Apartamento de Jorge em Copacabana
- d) Apartamento de Fátima e Sueli no Méier
- e) Consultório do dentista

Cenários de continuidade que se repetiam menos:

- f) Apartamento de Armane
- g) Apartamento de Djalma
- h) Apartamento de Fátima e Sueli em Copacabana
- i) Motel Bariloche

Assim como nos cenários da cidade cenográfica, meu desafio era o de reformular os cenários preservando o conceito, ou seja, trazer novas movimentações, novas roupagens, acrescentar itens de *dressing*, como nova forração, móveis e objetos diferentes, sem que se perdesse a essência das personagens. Ao analisar as plantas dos cenários e as cenas gravadas neles pude identificar algumas questões que considerei que poderiam ser melhoradas. Por exemplo: 1) a Boate La Conga não tinha espaço de coxia atrás do palco, eu integrei o espaço do camarim e do escritório do Jorge ao espaço da coxia do teatro fazendo com que nele pudessem ser feitas cenas de bastidores. 2) o provador da loja Djalma Noivas havia sido improvisado para uma cena específica que fora escrita ao longo da exibição da temporada de 2013 – obra aberta com cenas sendo escritas com os cenários já prontos -, e virou continuidade; eu aproveitei a reforma do cenário para ampliar o provador e colocar um queijo (praticável circular) para a noiva poder subir, ajudar na movimentação cênica, e ser melhor vista pela câmera. 3) o apartamento do Jorge tinha uma lateral do cenário sem entrada de luz e a direção tinha dificuldade de marcar os atores com aquele fundo, eu ampliei um pouco a sala para colocar uma estante em frente a esta tapadeira e coloquei duas fileiras de tijolo de vidro no hall para possibilitar uma fonte de luz para o fotógrafo.

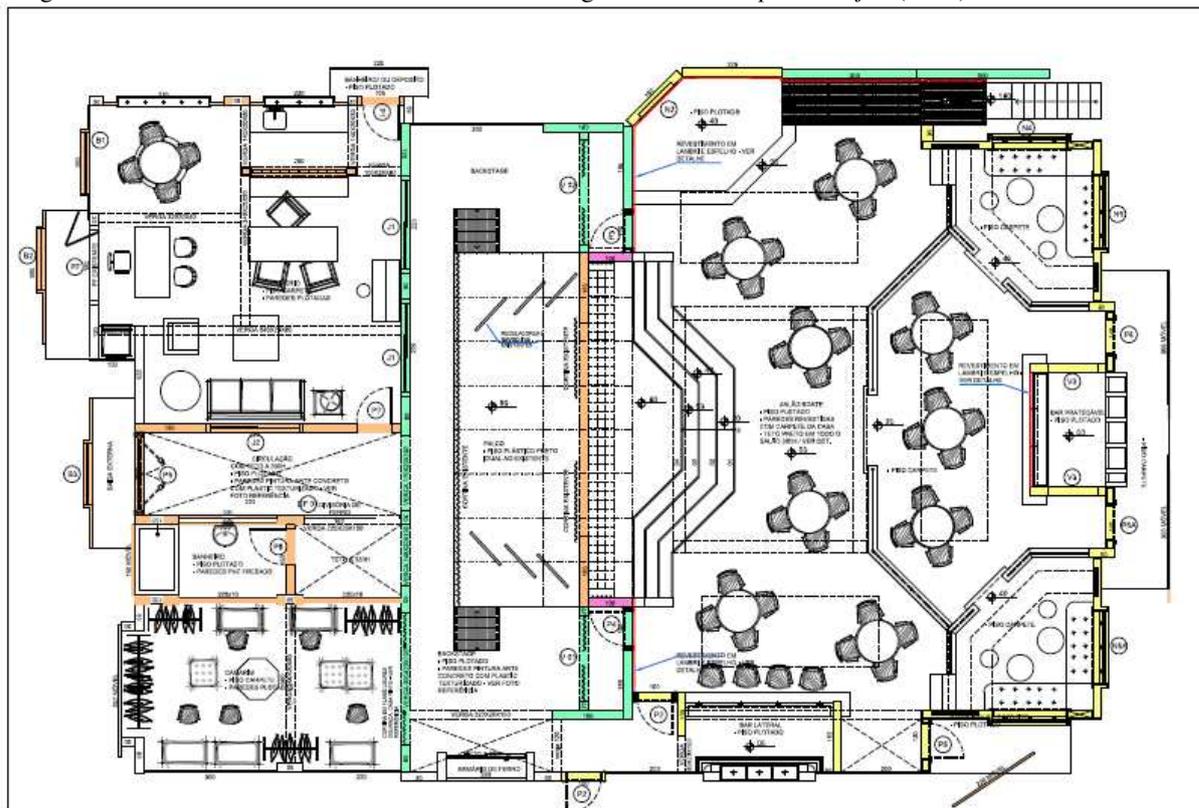
Era fundamental ainda, pensar que todos esses cenários deveriam ser fechados e servir à duas câmeras simultaneamente o que demanda um raciocínio totalmente diferente ao de um cenário com boca de cena onde o espaço precisa ser resolvido em três planos, onde todas as entradas e saídas dos atores precisam estar pensadas para um único ponto de vista principal situado na quarta parede tal qual numa sala de teatro italiana. Descrevo abaixo alguns dos cenários citados acima:

1) Boate La Conga

A boate La Conga era composta nas temporadas anteriores de cenários independentes: o salão com o palco, o escritório do Jorge e o camarim. Na temporada de 2014 eu juntei todos os cenários em um só, sendo que o complexo podia ser dividido em dois, ficando uma parte com os bastidores e outra com o palco e plateia. Mas na grande maioria das vezes o cenário foi planteado como um todo pois havia cena para ocupar uma diária de gravação. Segue abaixo a planta baixa que mostra o cenário fechado e com teto, ou seja, as câmeras poderiam enquadrar a cena por todas as direções. Na cidade cenográfica ficava a fachada da boate, mas como o interior dela era “como se fosse” no subsolo, não havia necessidade de se fazer uma ligação direta de continuidade entre exterior e interior. O acesso

à boate do estúdio se dava por meio de uma escada. Os espaços são mais generosos se comparado a um inferninho de Copacabana, mas era necessário pois ao espaço ser ocupado pelas câmeras e parafernália que as seguem, somado ao tipo de lente que pode ser usada, o espaço se torna menor para quem vê, e até mesmo apertado. O cenário tinha 360m² e o estúdio do mg3 tem 425m².

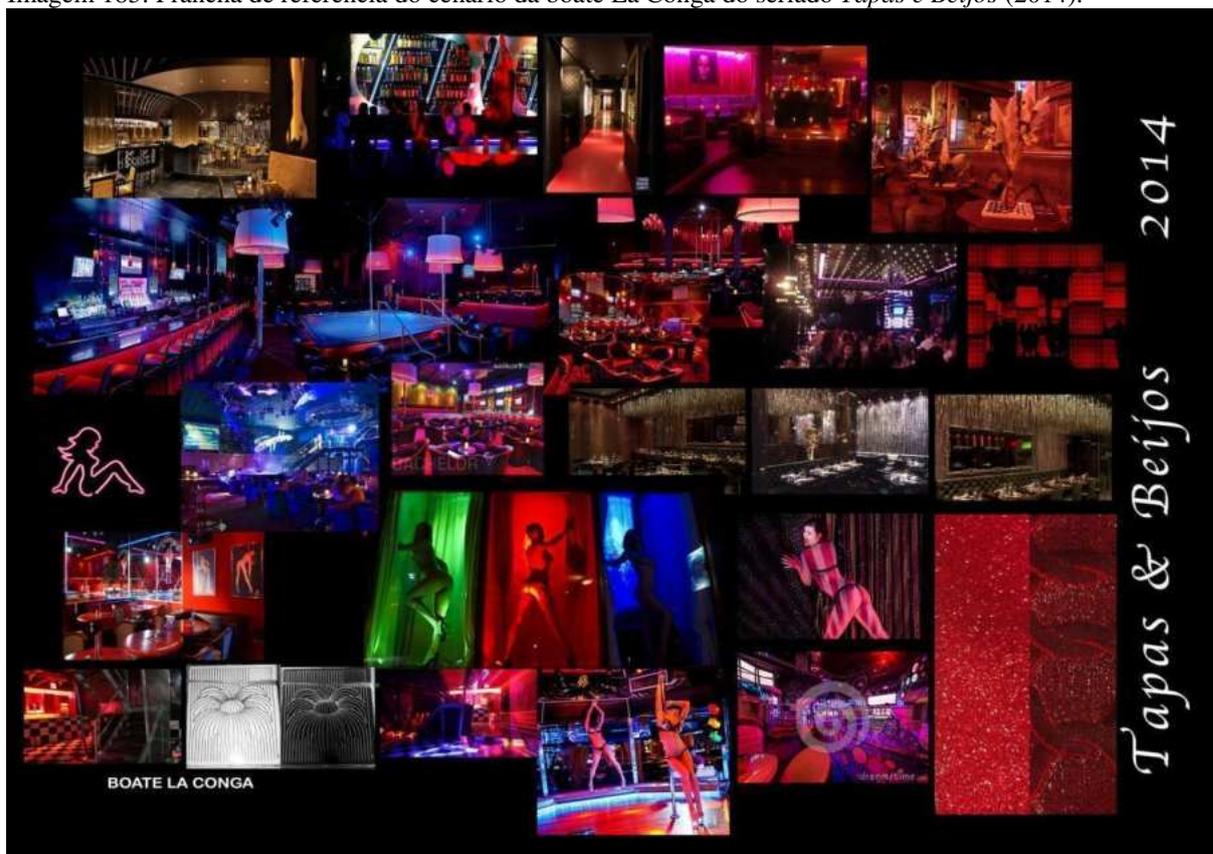
Imagem 184: Planta baixa do cenário da boate La Conga do seriado *Tapas e Beijos* (2014).



Fonte: acervo da própria autora.

Apresentei para a direção junto com a planta baixa da nova configuração espacial uma prancha com as referências do tratamento estético que seria dado à boate. Essa prancha mostrava que apesar das novas cores, forrações, inclusão de espelhos, neons e letreiros, a alma do lugar continuava conforme conceito estabelecido pela diretora de arte Luciane Nicolino. A boate da temporada 2013 era em tons de preto, cinza e prata e esta seria em tons de vermelho, preto com neon azul.

Imagem 185: Prancha de referência do cenário da boate La Conga do seriado *Tapas e Beijos* (2014).



Fonte: acervo da própria autora.

Vemos nas imagens abaixo o resultado final das modificações feitas no cenário com diferentes planos de uma mesma cena do primeiro episódio de 2014.

Imagem 186: cena no cenário da boate La Conga do seriado *Tapas e Beijos* (2014).



Fonte: print screen da cena do seriado *Tapas e Beijos* (2014) da plataforma Globoplay.

Imagem 187: cena no cenário da boate La Conga do seriado *Tapas e Beijos* (2014).



Fonte: print screen da cena do seriado *Tapas e Beijos* (2014) da plataforma Globoplay.

Imagem 188: cenário do escritório do Jorge da boate La Conga do seriado *Tapas e Beijos* (2014).



Fonte: print screen da cena do seriado *Tapas e Beijos* (2014) da plataforma Globoplay.

O camarim das dançarinas teve um trabalho extremamente coordenado entre a cenografia, a produção de arte que contribuiu com toda a vivência do cenário colocando fotos e itens de maquiagem e higiene, e com o figurino que contribuiu com roupas das personagens que ficavam jogadas pelo ambiente.

Imagem 189: cenário do camarim da boate La Conga do seriado *Tapas e Beijos* (2014).



Fonte: print screen da cena do seriado *Tapas e Beijos* (2014) da plataforma Globoplay.

A equipe de cenografia *dressou* o camarim colocando roupas, sapatos e adereços nas araras, bancadas e prateleiras do cenário. Objetos estranhos e inusitados que poderiam ter sido de shows passados que ficaram no acervo da boate foram espalhados para que o espectador mais atento imaginasse uma história pregressa para cada objeto.

Imagem 190: cenário do camarim da boate La Conga do seriado *Tapas e Beijos* (2014).



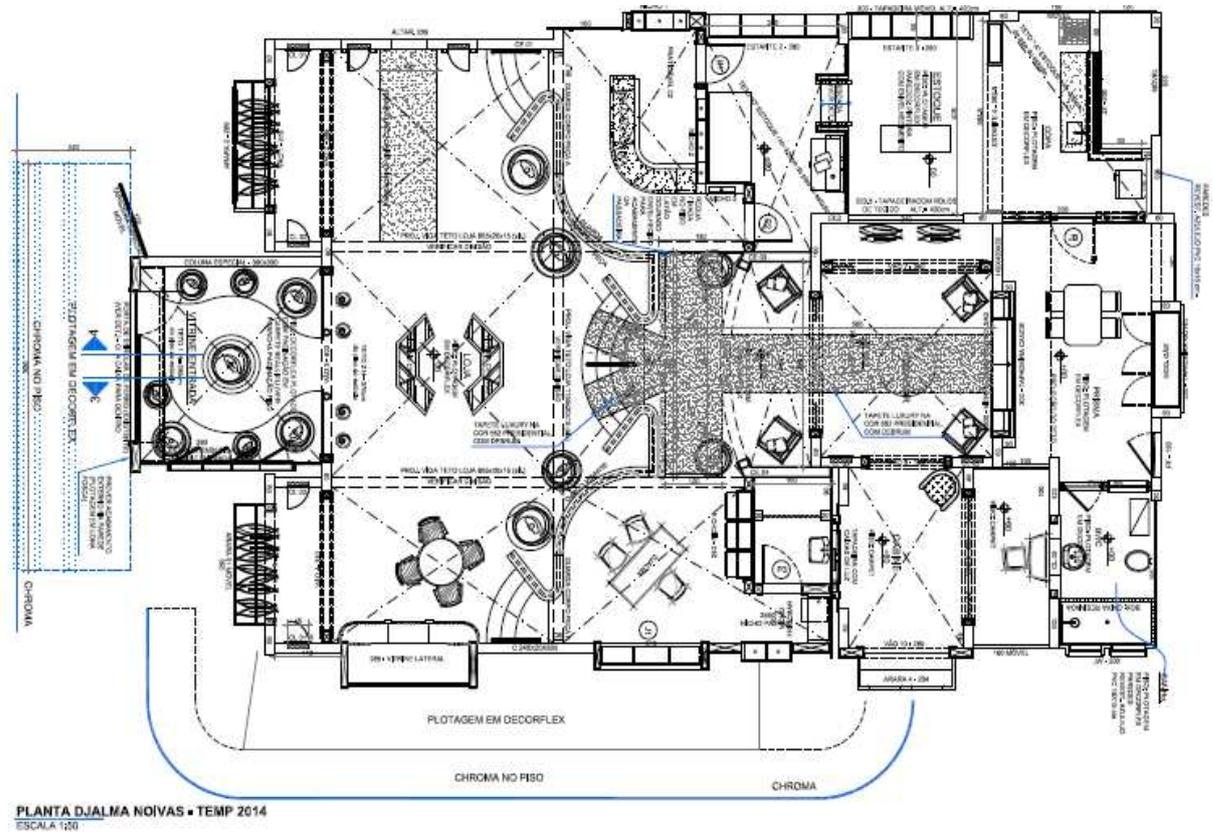
Fonte: print screen da cena do seriado *Tapas e Beijos* (2014) da plataforma Globoplay.

2) Loja Djalma Noivas

O cenário da nova loja Djalma Noivas feita para a temporada de 2014 possuía 295m² ocupando todo o estúdio do MG3. Era constituído por duas partes principais: a parte da loja propriamente dita com o provador; e a parte de serviço com o almoxarifado, cozinha e banheiro. A conexão entre o interior e exterior era uma característica importante deste cenário, uma vez que a fachada e a vitrine ficavam na cidade cenográfica e muitas cenas tinham continuidade direta. As personagens estavam na rua da cidade cenográfica, entravam na loja na cidade cenográfica e no estúdio entravam da rua para o interior da loja. Para que essa ligação fosse perfeita, Luciane Nicolino já na primeira temporada propôs um espaço de transição composto por vitrines com vestidos de noivas que se repetia igualmente na cidade cenográfica e no estúdio. No estúdio neste vazamento existia um *chroma* azul no lugar do painel fotográfico que permitia que a base gravada na cidade cenográfica que revelava o que estava se passando atrás da personagem fosse inserida na pós-produção.

Este trabalho de gravar as imagens para inserção no *chroma* pela pós-produção se chama “gravar a base” e exigia uma câmera fixa em tripé posicionada no interior do cenário da cidade cenográfica, muitos carros e figuração passando para fazer o fundo. Geralmente essas bases eram gravadas em horários diferentes para que existissem várias opções de iluminação dependendo da hora cênica da cena do estúdio.

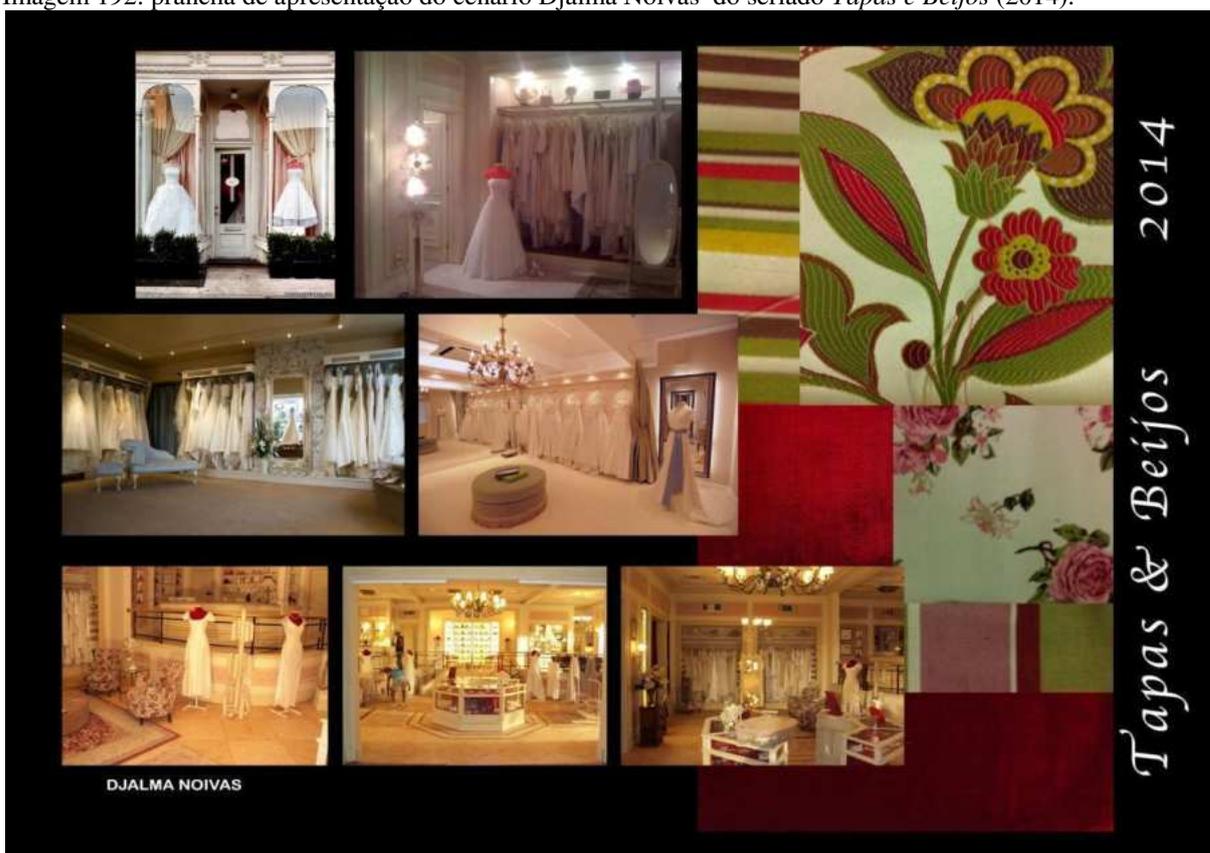
Imagem 191: planta baixa do cenário Djalma Noivas do seriado *Tapas e Beijos* (2014).



Fonte: acervo da própria autora.

A prancha de referências mostrada para a direção com as modificações de *dressing* e forração propostas para a loja de noivas mostra imagens do cenário da temporada de 2013 para evidenciar que estruturalmente ele não sofreria alterações, ocorrendo apenas a ampliação da área do provador e nova forração visando oferecer uma nova visualidade para o público.

Imagem 192: prancha de apresentação do cenário Djalma Noivas do seriado *Tapas e Beijos* (2014).



Fonte: acervo da própria autora.

A loja manteve sua arquitetura art déco característica das lojas tradicionais de Copacabana com o guarda-corpo de latão verdadeiro. A passadeira da escada tinha uma estampa exclusiva e era fabricada sob medida para a escada cujos degraus faziam um semi-círculo. Vemos a seguir imagens do cenário reformado para a temporada de 2014 com a ampliação da área do provador e a inclusão de um queijo no centro para que a noiva pudesse subir e ser rodeada pelas costureiras e pela câmera.

Imagem 193: cena do cenário Djalma Noivas do seriado *Tapas e Beijos* (2014).



Fonte: print screen de cena do seriado *Tapas e Beijos* (2014) na plataforma Globoplay.

A próxima imagem faz parte do primeiro capítulo de 2014. A sequência começa nas ruas da cidade cenográfica e termina no interior da loja no estúdio. Ao fundo de Fátima vemos o espaço de transição da vitrine que se repete na cidade cenográfica e no estúdio, carros e pessoas passando que, na verdade, fazem parte da “base” gravada anteriormente e aplicada no painel de *chroma* azul pela pós-produção. Além deste painel de *chroma* que faz parte do cenário, é importante mencionar que a calçada da cidade cenográfica foi reproduzida em estúdio, com uso do decorflex plotado.

Imagem 194: cena do cenário Djalma Noivas do seriado *Tapas e Beijos* (2014).



Fonte: print screen de cena do seriado *Tapas e Beijos* (2014) na plataforma Globoplay.

Imagem 195: fotografia do cenário de estúdio da loja Djalma Noivas do seriado *Tapas e Beijos* (2014).



Fonte: fotografia feita pela própria autora.

Este cenário, em especial, demonstra a potência de criação e execução de toda a equipe de arte da TV Globo. Envolve conhecimentos técnicos e artísticos de profissionais que aprenderam a trabalhar juntos, provando que a criação no audiovisual precisa ser antes de tudo uma criação coletiva.

3) Apartamento de Jorge em Copacabana.

O cenário do apartamento do Jorge da temporada de 2014 ocupava menos da metade do estúdio do MG3 e possuía 130m². Aparentemente é uma planta de apartamento que poderia estar num encarte de vendas, mas possui algumas particularidades espaciais que permitem a ação de uma ou várias personagens e sua captura pela câmera:

a) Trata-se de um cenário quadrado cujas proporções são muito diferentes das oferecidas por um cenário de novela.

b) O cenário é profundo admitindo levar a cena para o fundo, tal fato pode ser constatado pela presença do corredor que leva até o banheiro.

c) O espelho da bancada do banheiro fica centralizado em relação a porta de entrada e ao corredor possibilitando a inversão da boca de cena e da profundidade pois a câmera pode ir para trás do espelho que pode ser facilmente retirado.

d) As tapadeiras de 3 m do quarto são removíveis para acesso de câmera, móveis e equipe, e podem funcionar como boca de cena caso necessário.

e) O cenário oferece a possibilidade de simular a entrada de uma ou mais fontes de luz natural nos ambientes.

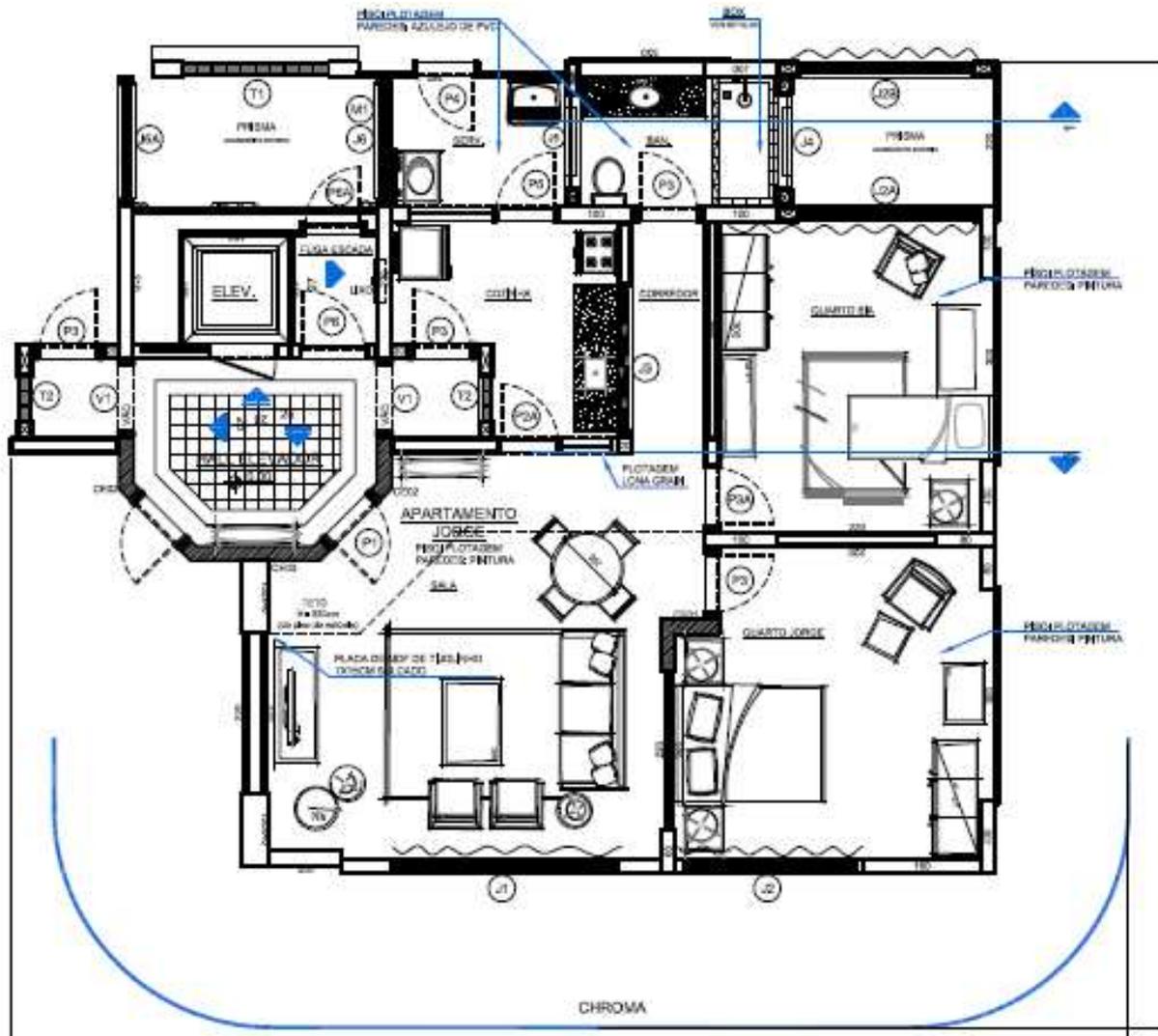
f) A cozinha pode ser gravada a partir da sala e do corredor pois existe uma porta-janela que liga os dois ambientes.

g) O espaço é um pouco maior do que o espaço real de um apartamento padrão para que a câmera e a equipe possam trabalhar com conforto.

h) As janelas, paredes, vãos e portas não estão alinhadas entre elas pois as diagonais trazem mais perspectiva e profundidade para os planos.

i) O vazamento das janelas principais da sala e do quarto também eram de painel de *chroma* azul para inserção de imagem na pós-produção.

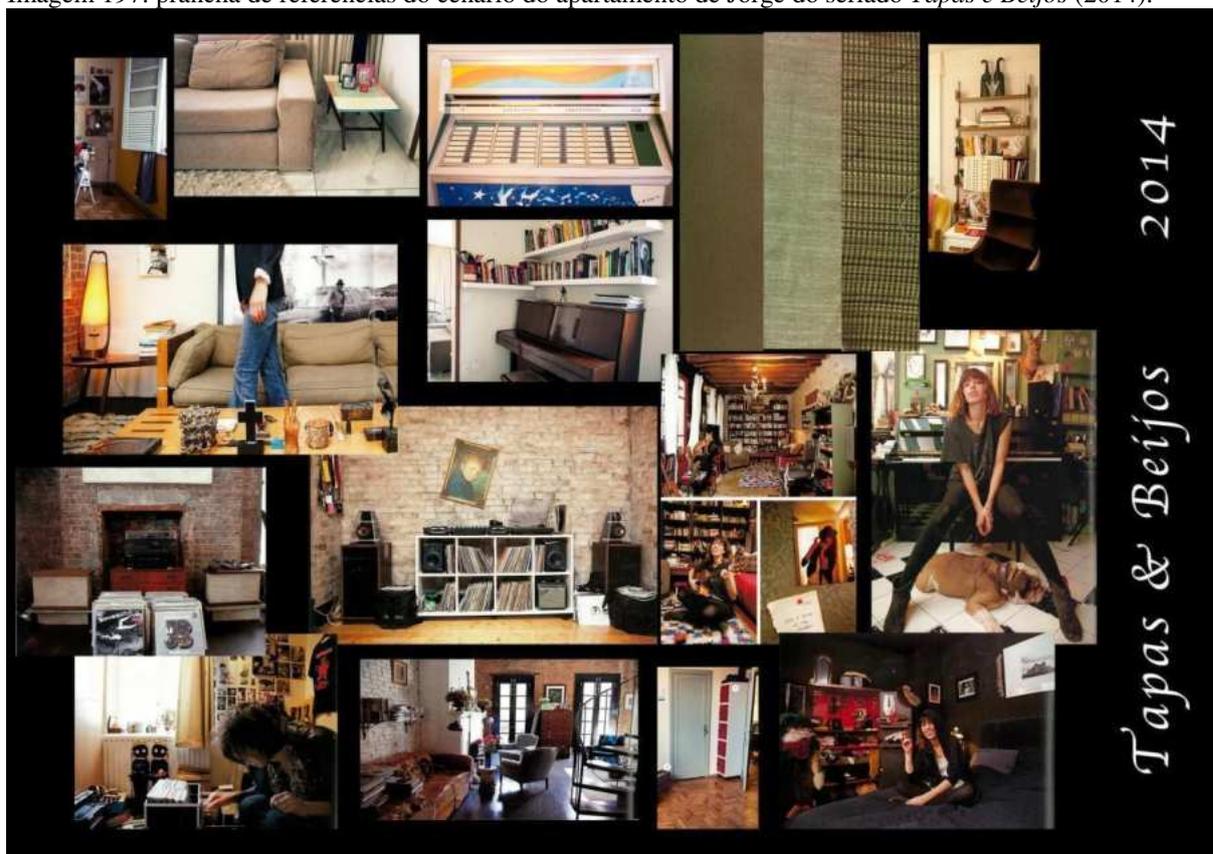
Imagem 196: planta baixa do cenário do apartamento de Jorge do seriado *Tapas e Beijos* (2014).



Fonte: acervo da própria autora.

Coincidentemente algumas das imagens da prancha de referência que mostrei para a direção para aprovação das interferências que faria no cenário foram utilizadas por Nicolino na conceituação do cenário para a primeira temporada.

Imagem 197: prancha de referências do cenário do apartamento de Jorge do seriado *Tapas e Beijos* (2014).



Fonte: acervo da própria autora.

Abaixo uma sequência de planos mostrando o funcionamento das câmeras e do cenário conforme as explicações apresentadas anteriormente. Na cena, Bia vem do corredor do banheiro enquanto Sueli prepara o jantar na cozinha.

Imagem 198: cena do cenário de estúdio do apartamento de Jorge do seriado *Tapas e Beijos* (2014).



Fonte: print screen da cena do seriado *Tapas e Beijos* (2014) da plataforma Globoplay.

Na mesma cena Sueli e Jorge se abraçam e se beijam. A cena foi gravada com duas câmeras e por eixo. Nesta câmera vemos o fundo da tapadeira que ganhou uma estante e uma fileira de tijolo de vidro para ter uma fonte de luz.

Imagem 199: cena do cenário de estúdio do apartamento de Jorge do seriado *Tapas e Beijos* (2014).



Fonte: print screen da cena do seriado *Tapas e Beijos* (2014) da plataforma Globoplay.

Em outro plano da mesma cena, vemos a tapadeira e o tijolo de vidro a partir de outro ângulo. Neste enquadramento vemos a porta de vidro da entrada, que assim como os tijolos, permite a entrada de luz.

Imagem 200: cena do cenário de estúdio do apartamento de Jorge do seriado *Tapas e Beijos* (2014).



Fonte: print screen da cena do seriado *Tapas e Beijos* (2014) da plataforma Globoplay.

Na continuidade da cena, Jorge sai, e vemos o outro lado do ambiente. Esta planta apresenta, portanto, a possibilidade de mostrar o cenário em todas as direções, em 360 graus.

Imagem 201: cena do cenário de estúdio do apartamento de Jorge do seriado *Tapas e Beijos* (2014).



Fonte: print screen da cena do seriado *Tapas e Beijos* (2014) da plataforma Globoplay.

O que é perceptível com estes exemplos é que a escolha artística do diretor define o modo de produção deste programa que interfere diretamente na configuração dos espaços cênicos, há uma interdependência de fatores. O pensamento estrutural dos cenários é idêntico ao da novela se analisado em termos de divisão de peças, montagem e desmontagem, melhor acabamento na junção das peças, etc. O *playmobil* no entanto, se dá de uma forma totalmente diferente, proporcionando outros tipos de espaços e conseqüentemente outros tipos de movimentações cênicas e enquadramentos. O programa foi feito pela e para a televisão, submeteu-se às regras da indústria atendendo às demandas de produtividade e respeitando as necessidades de exibição, considerou a audiência e a opinião pública, foi um sucesso de crítica, e se constitui como um produto de linguagem própria e completamente diferente de uma novela.

4.2.2. A ROTINA E A DIREÇÃO DE ARTE.

A maternidade me trouxe *Tapas e Beijos* de presente. Logo após voltar da licença, fui convidada para fazer este programa cuja rotina em nada se assemelhava à vivenciada na novela *Avenida Brasil*.

A pré-produção começou no início de dezembro, e as gravações deveriam começar em março para a estreia de toda a programação em abril. Para que a cidade cenográfica ficasse pronta para gravar conforme previsto a equipe de cenografia já estava atrasada. Negociei equipe e prazo: de dois cenógrafos assistentes passei a ter cinco; a entrega do projeto da cidade cenográfica que deveria ocorrer até dia 02 de dezembro foi prorrogada para dia 02 de janeiro para que em dois meses ela pudesse ser construída e entregue para o *dressing* uma semana antes da estreia. Havia pouco tempo.

Após o mutirão de entrega dos projetos para a cidade cenográfica, a equipe foi dividida entre os cenários de estúdio para que as modificações também fossem entregues a tempo de serem executadas. Paralelamente ao trabalho de detalhamento dos cenógrafos assistentes, eu frequentava as reuniões de conceito e fazia a produção de rua para encontrar móveis e objetos novos, além de tecidos para a forração dos existentes. Os primeiros dois episódios do programa foram liberados para a produção, assim reuniões de leitura também foram agendadas. Em 09 de março de 2014, iniciaram-se as gravações na cidade cenográfica, e o primeiro cenário de estúdio a ser gravado foi a boate La Conga.

Após a estreia de cada cenário novo, o seriado passou para a etapa da continuidade descrita no capítulo 3. Diferentemente da dinâmica da novela, a reunião de episódio não era apenas protocolar como uma reunião de capítulos, cada cena era lida em voz alta pela equipe na reunião conduzida por uma das diretoras do programa. Após a leitura, cada cena era discutida em detalhes pensando nas ações paralelas, nos possíveis enquadramentos, nas modificações no cenário que se fariam necessárias, nos objetos de cena que deveriam ser produzidos, nas cores de figurino, etc. Ou seja, o conjunto da obra era pensado na reunião onde todos participavam e ouviam o que aconteceria com cada departamento. Portanto, cada cena de cada episódio era pensada como um todo dentro da linha conceitual do programa. A criação, conseqüentemente, era coletiva, e a manutenção do conceito estava garantida. Cabe notar que ao contrário do que se faz no cinema, a reunião detalhada se dava mediante o texto (roteiro no cinema), e não mediante o roteiro de gravação (plano de filmagem no cinema).

Durante a continuidade, os episódios chegavam semanalmente e, a cada semana, a equipe precisava produzir no mínimo dois episódios, agrupados a fim de otimizar a montagem dos cenários no estúdio. A gravação era distribuída em uma frente de gravação em cinco dias por semana. Três dias na semana eram dedicados às cenas de cidade cenográfica e dois dias para as cenas de estúdio. Hora, em dois dias de estúdio, como vimos anteriormente, não era possível gravar a boate a loja de noivas e um dos apartamentos, portanto as cenas de no mínimo dois episódios precisavam ser gravadas em cada cenário para que o espaço do estúdio pudesse ser melhor aproveitado e para que todos os cenários de um mesmo bloco pudessem efetivamente ser gravados em tempo de exibição. Quando a história demandava a gravação em locações, como praça ou praia de Copacabana, o sábado também era usado.

A dinâmica das reuniões e da gravação, onde a direção ficava no estúdio e não no *switcher* como na novela, resultou numa grande proximidade de toda a equipe. As demandas podiam ser solicitadas e resolvidas com muito mais agilidade e proximidade, portanto com mais assertividade. As equipes que participaram deste programa estiveram juntas diariamente durante cinco anos e estabeleceram laços efetivos de respeito e profissionalismo. Um ambiente de trabalho raro de ser encontrado em produtos de audiovisual onde a pressão por exibição e audiência é constante.

Também perceptível é de como esta dinâmica de produção possibilitou a manutenção dos conceitos formulados pela direção de arte, e de como em um programa de exibição semanal com uma frente de gravação por dia, o trabalho coletivo de criação se torna possível.

4.3 - A FÓRMULA

A direção de arte quando não há diretor de arte

Analiso aqui *A Fórmula* como exemplo de série de narrativa diária. Uma obra fechada de exibição semanal, cuja estreia se deu no dia 06 de julho de 2017, em horário fixo com intervalos comerciais. As séries da TV Globo eram exibidas de duas maneiras, ou diariamente por quatro dias por semana, ou uma vez por semana logo após os seriados ou programas de variedade, por volta das 23:00 podendo abordar neste horário temas mais densos.

Refletir sobre a visualidade deste tipo de programa produzido pela TV Globo passa impreterivelmente por pensar a produção televisiva sob a perspectiva do trabalho coletivo do qual a Cenografia faz parte. Verificamos que cada produção de cinema, televisão ou mídias digitais; de séries, seriados, novelas ou filmes; produzidos por plataformas de streaming, produtoras e emissoras; vai ser organizada da forma mais conveniente, criando modos de produção com desenhos de equipe com cargos e funções, denominações e articulações que lhe são próprias. Essas configurações diferentes em cidades, estados e países, obedecem às necessidades do mercado, provocando debates e contradições a respeito de créditos e remunerações. A questão principal aqui é que esta série, cujo formato se aproxima daqueles que são desenvolvidos fora da TV Globo, foi produzida dentro da cadeia industrial, seguindo todas as regras e diretrizes da empresa.

Descrevo neste capítulo como se deu a concepção do espaço cênico visual nesta série que não contou com a abordagem unificadora da espacialidade e visualidade feita pela direção de arte. Nesta configuração, detalho como trabalhou o tripé artístico formado pela direção, direção de fotografia e direção de arte refletindo se o diretor do programa televisivo atuou como o diretor de arte que conhecemos no cinema, ou se eu, como cenógrafa do programa desempenhei essa função. Examinar como se relacionaram direção de fotografia, cenografia, figurino, caracterização e produção de arte; qual o papel de cada uma dessas atividades na composição da visualidade da obra; refletir se o trabalho das equipes dos departamentos de criação de ambientes da TV Globo se resumiu a interpretar o que o diretor do programa quis e solucionar os problemas práticos e técnicos para transformar suas ideias em algo concreto; é pensar na direção de arte sem que haja um diretor de arte desempenhando este papel.

A escolha para ter como exemplo a ser analisado a série *A Fórmula*, vem do fato deste programa ter tido na visualidade e na plasticidade das cenas sua grande aposta. A

encomenda artística da direção era de realizar um programa leve, colorido, romântico e divertido; a plasticidade deveria contribuir para enriquecer o conteúdo através da imagem; o espaço cênico visual deveria estar milimetricamente calculado em suas paletas de cores, proporções, enquadramentos e movimentações cênicas. Os departamentos de criação de ambientes - cenografia, produção de arte, figurino e caracterização - precisavam dialogar muito bem entre si para estarem com o conceito alinhado. Um desafio uma vez que esta série, a exemplo de muitas, não contemplou o profissional da direção de arte na sua equipe.

A *Fórmula* foi produzida pela TV Globo no primeiro semestre de 2017 e exibida a partir de julho do mesmo ano com oito episódios de 30 minutos aproximadamente. O texto contava a história de Angélica (Drica Moraes), uma cientista inteligente que investe todas as suas fichas em um experimento que promete prolongar a vida humana. Ela decide ser cobaia de seu próprio experimento e ao usar a fórmula, é surpreendida por um efeito colateral: durante algumas horas, volta a ter a aparência que tinha aos 20 anos. Feliz com o resultado de seu estudo, ela descobre que Ricardo (Fábio Assunção), um empresário egocêntrico, é o novo dono do laboratório em que trabalha e possui os direitos sobre todo o resultado de suas pesquisas. Angélica resolve usar a fórmula para recuperar a patente do seu estudo usando sua versão mais jovem, que recebe o nome de Afrodite (Luisa Arraes). Mas as coisas não saem como o esperado e ela acaba se envolvendo com o empresário, ao perceber que tem a chance de reviver seu grande amor.

Para uma série deste tamanho e formato, o tempo de pré-produção é de 6 a 8 semanas, com 8 semanas de gravação. O que faz com que, diferentemente do cinema, as etapas se sobreponham e as tarefas das equipes estejam distribuídas ao mesmo tempo na pré-produção, produção, continuidade e desprodução. Como a maioria dos cenários das séries produzidas na TV Globo são construídos em estúdio e/ou cidade cenográfica, e a minoria em locação, o tempo de execução é consideravelmente maior.

4.3.1 – A CONSTRUÇÃO DO ESPAÇO CÊNICO VISUAL

A visualidade de uma obra de audiovisual, no silêncio de palavras, colabora para a materialização de uma história e para a construção de um mundo que não é dito nas poucas linhas das rubricas dos roteiros ou nas falas das personagens, mas é dito na ambiência cênica criada para compor sua história de vida imaginada.

O papel da cenografia na concepção e realização do espaço cênico televisivo da série *A Fórmula*, foi colocá-lo a serviço da experiência estética que permeia a imersão do telespectador em um lugar-visual significante essencial para a constituição desta obra de audiovisual. A concepção do espaço feita pela cenografia deu subsídios para a ação das personagens sugerindo enquadramentos, movimentos da câmera, iluminação; contribui na coreografia da cena e conseqüentemente para a contação da história. Ao comparar o papel da cenografia desta série da TV Globo com o da direção de arte do cinema, percebe-se que ela não considerou em suas atribuições partes importantes da constituição do universo visual em sua totalidade, ficando estas sob responsabilidade dos outros departamentos artísticos tais como produção de arte e figurino.

4.3.2 - AS ETAPAS DE CRIAÇÃO

A primeira etapa do processo foi a leitura individual que, como a leitura de um romance, instaura visualidades particulares em cada pessoa da equipe. Essas imagens são criadas tendo em vista a experiência de vida, a vivência do mundo e a memória individual de cada pessoa.

A segunda etapa foi a leitura coletiva do roteiro com todos os titulares das equipes envolvidas, momento em que a direção passou seus anseios e questões sendo responsável pelos comandos e direcionamentos artísticos, por costurar todas as contribuições e construir a coerência da obra. A direção atuou orquestrando cada instrumento para que dele fosse emitida a melhor música para o conjunto. Todas as pessoas da equipe, no ritmo e intensidade permitida pela direção, puderam exprimir suas impressões, tirar dúvidas e apresentar algumas ideias. A partir dessa reunião inicial, cada equipe iniciou seus trabalhos de pesquisa e conceituação para apresentação e aprovação da direção.

Na terceira etapa foram feitas reuniões entre a direção e os diversos departamentos para a apresentação de pranchas de referência. Neste caso, como era uma obra pequena de poucos episódios, cada episódio foi discutido cena a cena em reuniões com as áreas artísticas e a produção, cada prancha de referência dos departamentos artísticos foram discutidas coletivamente. Nesta etapa, a direção articulou e aprovou os diversos conceitos apresentados para que cada departamento iniciasse a produção efetivamente antes da gravação. Em *A Fórmula*, a direção passou para as áreas artísticas alguns filmes como referência:

a) *HER* com a Direção de Spike Jonze e Direção de Arte de K.K. Barrett

Imagem 202 - Prancha de apresentação do conceito do cenário. As fotos dos filmes foram feitas com capturas dos frames dos filmes citados.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

b) *LALALAND* com a Direção de Damien Chazelle e Direção de arte de David Wasco e Sandy Reynolds-Wasco.

Imagem 203 - Prancha de apresentação do conceito do cenário. As fotos dos filmes foram feitas com capturas dos frames dos filmes citados.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

c) *JULIETA* e *TUDO SOBRE MINHA MÃE* com a Direção de Pedro Almodóvar e Direção de Arte de Antxón Gómez.

Imagem 204. Prancha de apresentação do conceito do cenário. As fotos dos filmes foram feitas com capturas dos frames dos filmes citados.



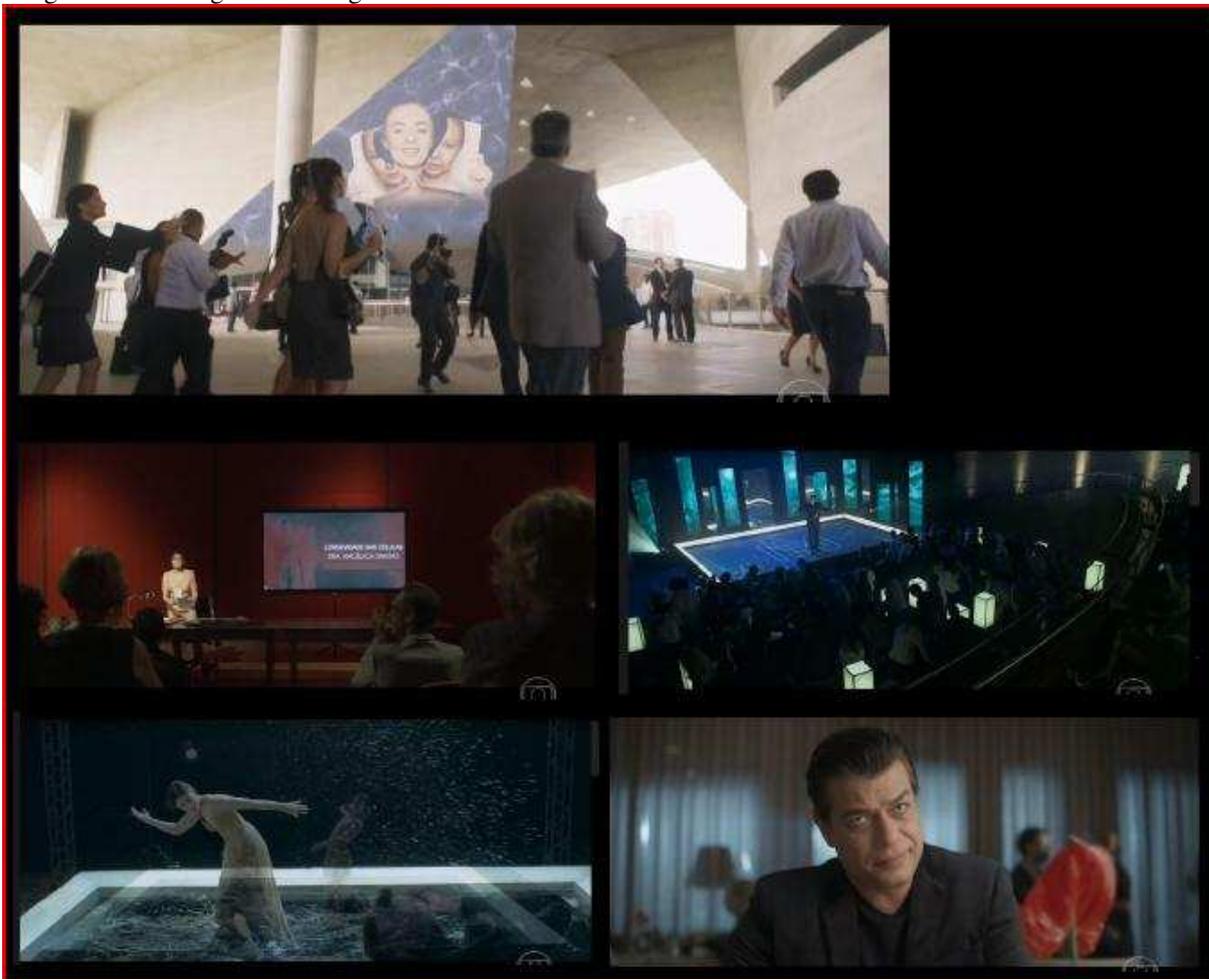
Fonte: Acervo pessoal da autora.

Logo nas primeiras reuniões de roteiro, a Direção também solicitou que os cenários permitissem planos sequências e movimentações cênicas dinâmicas das personagens para proporcionar um clima ágil nas cenas e liberdade para a atuação dos atores. O fato de se gravar somente com duas câmeras, somado a esta demanda da direção possibilitou a concepção de cenários fechados e com teto. Como o ponto alto da série estava nas interações entre Drica Moraes e Luísa Arraes - as atrizes souberam compor uma personagem que usava o humor gestual que se repetia tanto em uma atuação quanto em outra -, a câmera precisava persegui-las e conduzi-las nas coreografias milimetricamente pensadas e ensaiadas que de desenhavam no espaço. Os cenários, portanto, acabavam determinando e colaborando para essa movimentação cênica.

Cada ambiente, caixa cênica, mobiliário, figurinos e objetos de cena assim como a caracterização eram pensados por cada departamento de acordo com as demandas da cena e da movimentação cênica dos atores solicitadas pela direção nas leituras coletivas de texto. Vemos neste processo imensa semelhança com o processo de criação de uma obra

cinematográfica, que só foi possível ser instaurado na TV Globo por ser uma obra fechada com poucos capítulos, poucos cenários e poucas personagens.

Imagem 205 - Colagens das imagens da série.



Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora.

A encomenda era criar quadros coloridos e pontuados por cores vibrantes para dar ênfase ao humor. A arquitetura deveria afirmar o perfil das personagens: de um lado deveria ser intimista, caseira, romântica com bagagem histórica representando a personagem da Angélica; e por outro lado e em oposição, deveria ser tecnológica, abstrata, fria, marcante e com espaços contemporâneos representando a personagem do Ricardo. Esta maneira de caracterizar os cenários e personagens passa inegavelmente pela estereotipia que possibilitou a identificação e o reconhecimento pelo público do que cada personagem representa. Podemos considerar que essa série trabalhou com personagens baseadas em construções sociais hegemônicas que já povoam o senso comum dos brasileiros. Os estereótipos, que fazem parte desse senso comum, são generalizações necessárias à vida diária, por um lado, mas que

podem gerar estigmas sociais ao fixar representações reducionistas e substituir o todo pela parte.

A direção solicitou que as estampas e formas buscassem referência nos elementos celulares e em imagens que remetesse à ciência, principalmente química e biologia. A cenografia, que neste momento tomou para si o lugar da direção de arte, apresentou uma pesquisa desses elementos em obras de arte e edifícios arquitetônicos nacionais, encontrando inspiração principalmente nos trabalhos de Burle Marx, Athos Bulcão e Marianne Peretti.

Imagem 206. Prancha de apresentação do conceito do cenário.



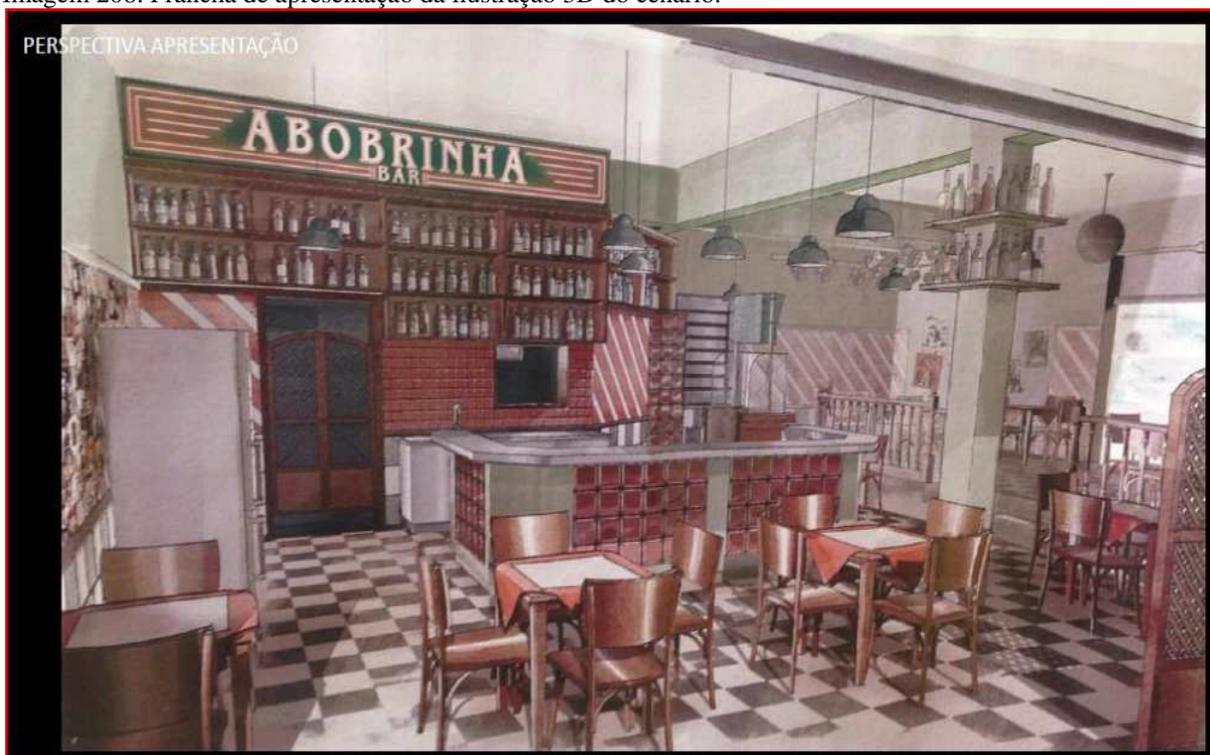
Fonte: Acervo pessoal da autora.

4.3.3 - OS PRINCIPAIS CENÁRIOS

A série tinha poucos cenários e muitas cenas em cada um deles, o que viabilizou a boa distribuição de recursos. Entende-se como recurso três fatores: tempo, verba e equipe.

Podemos citar como principais cenários desta série:

Imagem 208. Prancha de apresentação da ilustração 3D do cenário.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

O resultado segue abaixo com os frames das cenas das duas épocas retratadas.

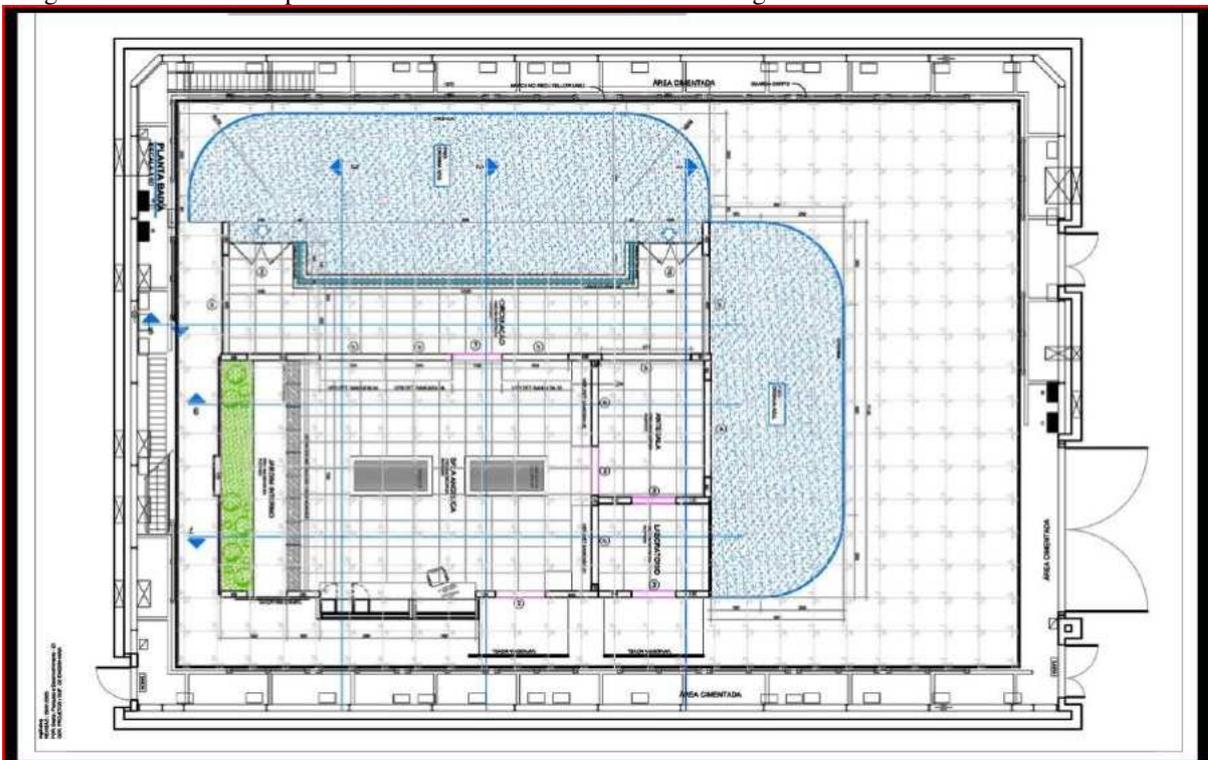
Imagem 209- Colagens das imagens da série.



Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora.

técnicas aliadas às questões conceituais, levam a tomadas de decisões que resultam no projeto cenográfico e no planteamento.

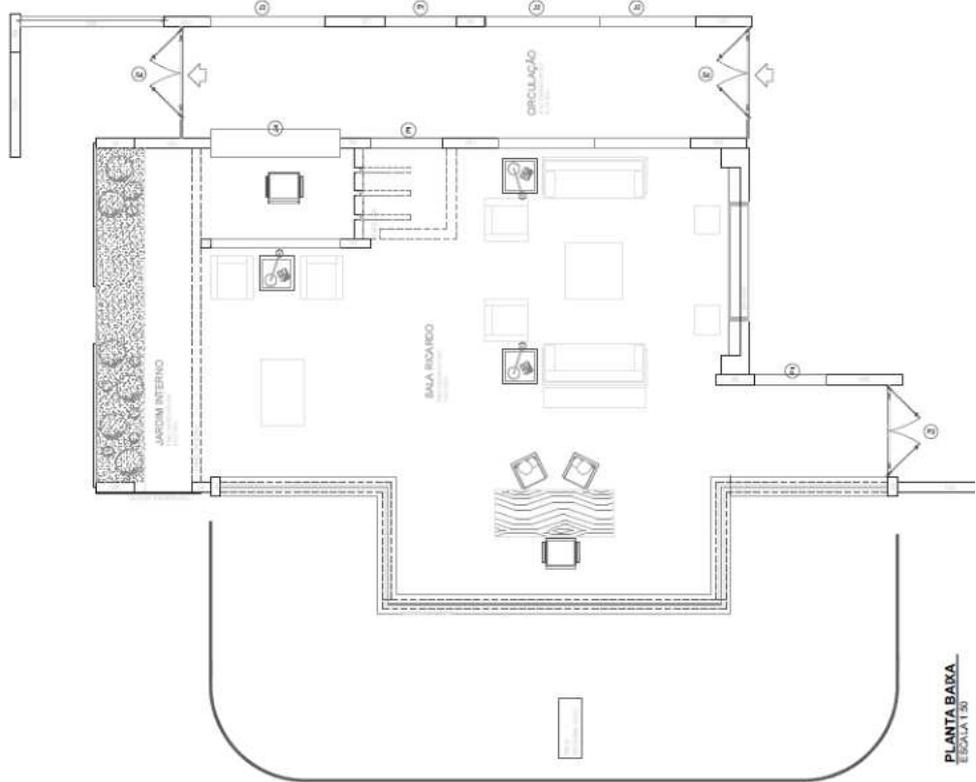
Imagem 211 - Prancha de planteamento do cenário Laboratório de Angélica.



Fonte: Acervo pessoal e autora.

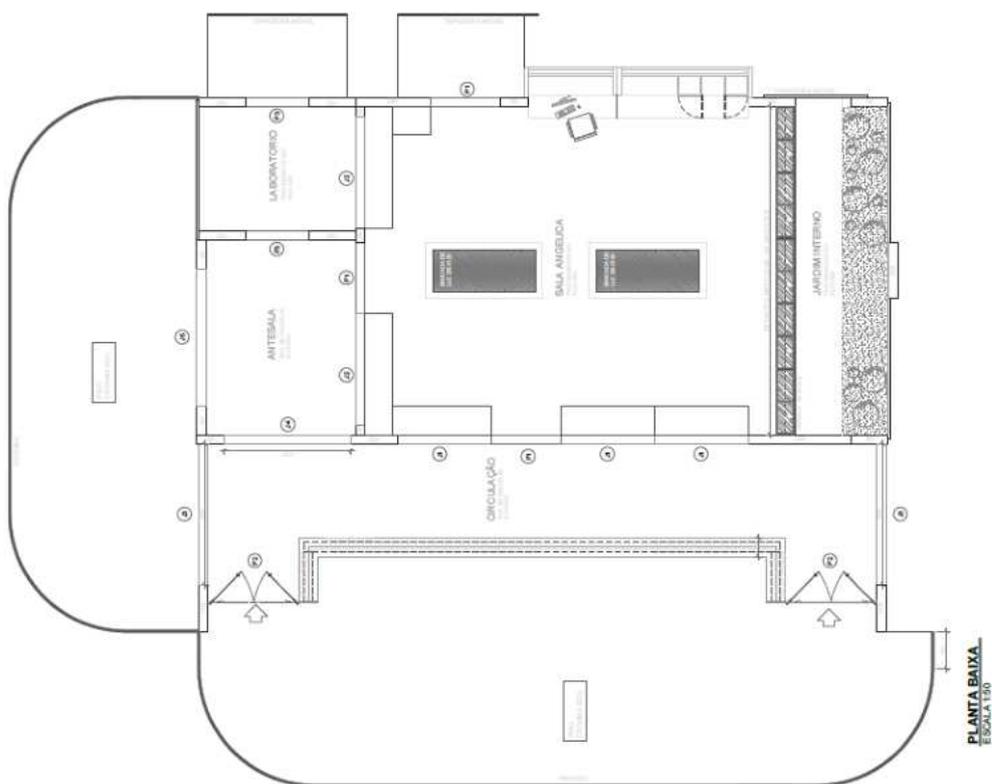
Por questões de orçamento, foi decidido que os cenários da Sala do Ricardo e do Laboratório da Angélica seriam mutação um do outro e que gravariam em sequência e não em paralelo. Eles foram pensados para que suas peças cenográficas pudessem ser usadas em ambos os cenários, neste caso, a fim de possibilitar duas montagens completamente diferentes resultando em cenários diversos, a divisão das peças precisava ser feita racionalmente.

Imagem 212 - Planta baixa do cenário Sala do Ricardo.



Fonte: Acervo pessoal e autora

Imagem 213 - Planta baixa do cenário Laboratório de Angélica.



Fonte: Acervo pessoal e autora

Imagem 214 - Colagens das imagens da série.



Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora.

c) Casa da Angélica.

Este cenário de estúdio atravessava as duas épocas da história (1980 e 2015) e não existia nenhuma menção a respeito dele nas rubricas do texto, então coube à cenografia junto com a direção formular uma história para dar significado ao lugar. Optou-se por imaginar que se tratava de um apartamento de classe média, num bairro de classe média pertencente à família da Angélica. No início da série ele era ocupado por Angélica e pela mãe, com poucos móveis e um atelier de costura onde a mãe trabalhava. No decorrer dos anos, Angélica reforma este apartamento e passa a dividir a morada com Divino, seu fiel escudeiro. Feita esta “estória”, pensando no estereótipo da cientista inteligente e perseguindo a estética almodovariana, como traduzir todos esses elementos em materialidades? Ou melhor, como não traduzir se não através da materialidade? Existem ideias que só são narradas através do corpo dos lugares e seus objetos, portanto a visualidade cênica é uma das linguagens narrativas do audiovisual. A direção de arte toma para si esta tarefa de construção de linguagens e visualidades, aqui a cenografia compartilhou esta missão com outros departamentos porém numa posição de protagonismo.

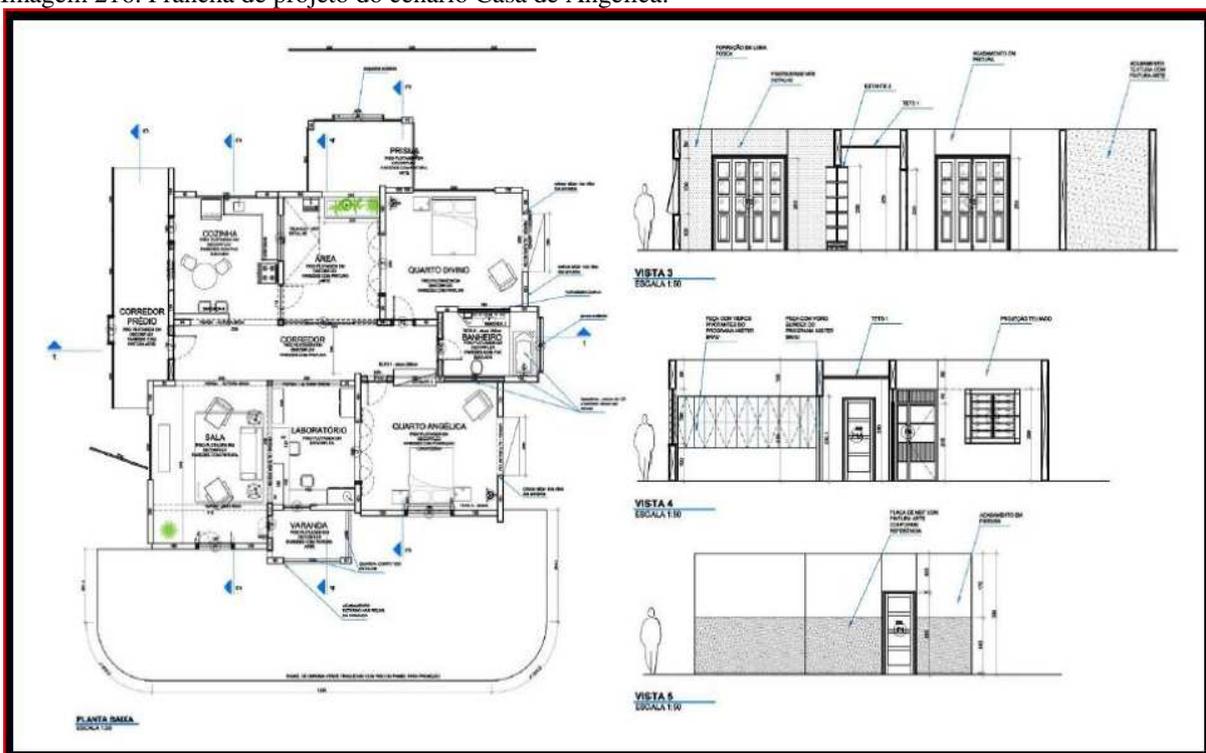
Imagem 215. Prancha de apresentação do conceito do cenário.



Fonte: Acervo pessoal da cenógrafa da série e autora.

As referências aprovadas com a direção são perseguidas e equacionadas com outros elementos que são levantados em diversas reuniões com todos os departamentos. Segue abaixo uma das 30 pranchas tamanho A1 do projeto de construção deste cenário. Além da planta baixa e vistas, tudo o que precisou ser construído foi detalhado, desde o piso e seu rodapé, a janela, a porta, o armário da cozinha até mesmo as cortinas. Azulejos são desenhados, estampas de cortina são criadas, testes de paletas são feitos, sofás, poltronas e almofadas são forradas, para que a história das personagens seja contada.

Imagem 216. Prancha de projeto do cenário Casa de Angélica.



Fonte: Acervo pessoal da cenógrafa da série e autora.

Optou-se neste caso, em conjunto com a direção e a fotografia, por fazer um cenário fechado para possibilitar diversidade de planos e ângulos que deveriam perseguir a movimentação das personagens. A fotografia optou por um cenário sem teto pois como os cômodos não eram grandes, os vazamentos permitiam que o fim do cenário não fosse visto em altura “normal” de câmera e os planos que solicitasse ângulos mais insólitos o teto seria construído em computação gráfica e inserido na pós-produção.

O cenário da casa de uma personagem é um dos mais complexos de ser feito por precisar equacionar a vivência, a história da personagem. A casa fala. O cenário fala. Abaixo seguem as fotos feitas pelo supervisor de contrarregras da divisão industrial para poder remontar o cenário em continuidade.

Imagem 217 - Colagens das fotos de continuidades do cenário Casa de Angélica.

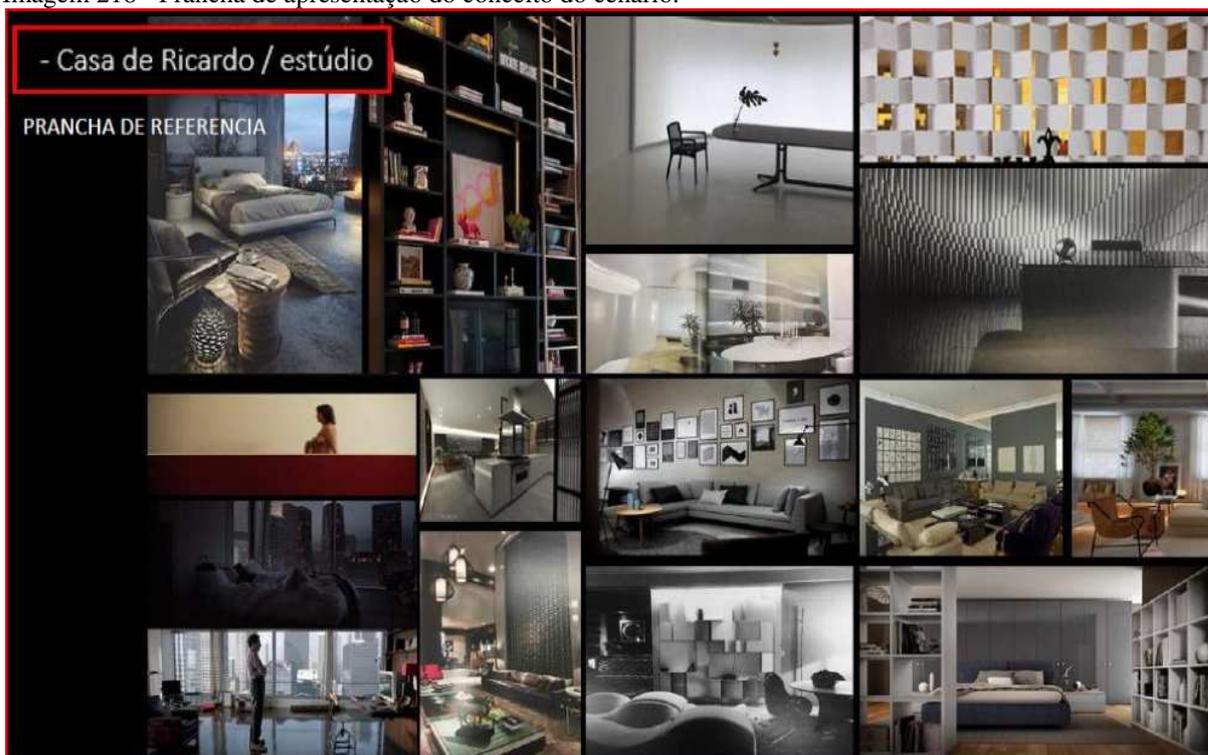


Fonte: Acervo pessoal da cenógrafa da série e autora.

d) Casa de Ricardo.

Este cenário foi um reaproveitamento do cenário da novela *A Lei do Amor* (2016) modificado e *dressado* para abrigar a personagem desta série. Ricardo deveria aparecer no princípio como um homem fútil, egocêntrico que só se preocupa com a beleza, a juventude e com ele próprio. O arco dramático do personagem nos leva a perceber que ele também era um homem apaixonado pela Angélica e que buscava preencher o vazio do seu coração com efemeridades. Com essa “estória” criada e buscando traduzir no espaço cênico a solidão melancólica da personagem e sua oposição ao modo de vida da Angélica, a cenografia apresentou estas referências abaixo.

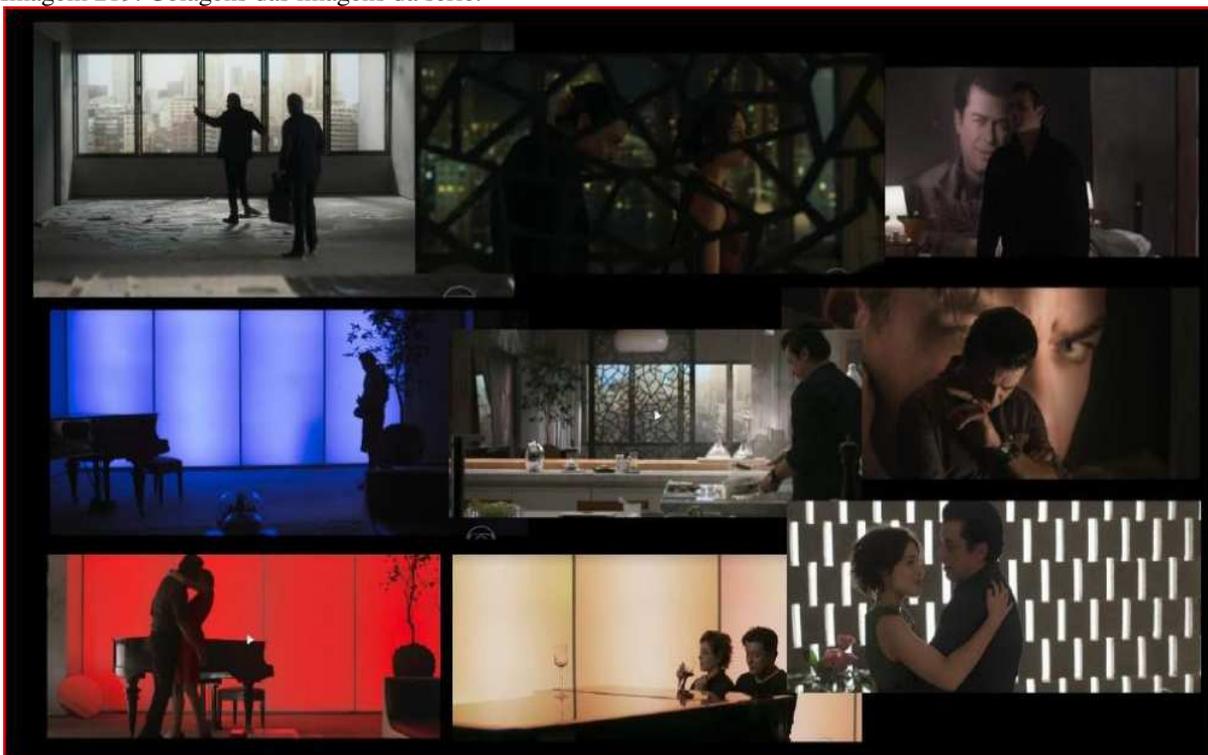
Imagem 218 - Prancha de apresentação do conceito do cenário.



Fonte: Acervo pessoal da cenógrafa da série e autora.

Numa equação entre o que o espaço existente proporcionava e o que se buscava atingir, elementos marcantes do cenário da novela foram retirados e substituídos por outros que pudessem dialogar com a personagem da série, por exemplo foi criado uma parede de acrílico com luz de led que mudava de cor de acordo com o sentimento dominante no momento. Quadros com fotografias enormes da personagem foram produzidas em conjunto pelos departamentos da criação de ambientes, pois todos precisam estar envolvidos quando se trata de fotografia de cena com atores caracterizados.

Imagem 219. Colagens das imagens da série.



Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora.

4.3.4 - O PAPEL DE CADA EQUIPE

No caso desta série *A Fórmula*, podemos concluir que a cenografia tomou para si a tarefa de construir a visualidade espacial da obra comumente feita pela direção de arte. Coube a ela, em conjunto com a direção, definir o espaço, as paletas de cores e o conceito do trabalho que seria feito pelas demais equipes artísticas. O diálogo entre todos os departamentos foi conduzido pela direção para que a realização tivesse uma única linguagem.

A cenografia foi responsável pela concepção da caixa cênica, do projeto e construção da cidade cenográfica, do cenário de estúdio, e das interferências nas externa, se estendendo para a colocação de móveis, cortinas, objetos de decoração, forração de sofá, almofadas, etc. Lembro que a cenografia na TV Globo também faz o *dressing* do cenário, faz a decoração do *set* e escolhe e produz os objetos de decoração. A produção de arte ficou responsável pelos objetos de cena, veículos, animais e comidas de cena, fotos de personagens, concepção de logomarcas e pela vivência fina como potes de remédios, papel higiênico, roupas espalhadas pelo cenário, etc. Ou seja, a presença da direção de arte na visualidade de um programa depende essencialmente do entrosamento entre as equipes que compõem o latifúndio do departamento da criação de ambientes.

Como um espaço de criação coletiva, muitas vezes o “achado” específico do figurino ou de um objeto de cena encontrado pela produção e arte determinava a cor do cenário. No exemplo abaixo do cenário da Confeitaria, o figurino encontrou um vestido de brocado amarelo para a mãe da Angélica usar e solicitou que a cena fosse pensada em tons de amarelo, portanto definiu a paleta de cor deste cenário. A produção de arte encontrou as toalhas amarelas, e a cenografia, em posse do vestido do figurino, encontrou um tecido de cortina parecido, e o cenário de uma confeitaria desativada foi reformulado para seguir a paleta. As paredes foram pintadas de amarelo, os vidros foram trocados para terem a cor amarela, as cortinas e a forração dos móveis escolhidos pela cenografia compunham com as cores da toalha. A comida de cena e as louças escolhidas pela produção de arte, assim como o xale, vestido, bolsas e sapatos escolhidos pelo figurino, também seguiram a paleta de cores. O trabalho coletivo de todos os departamentos artísticos, aparecem nesses frames das cenas da confeitaria.

Imagem 220. Colagens das imagens da série.



Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora.

É inegável que o trabalho depende muito do entrosamento das equipes e de uma direção capaz de unir esses conceitos. No caso de *A Fórmula*, as duas coisas ocorreram, tanto a direção conseguiu amarrar bem as escolhas artísticas quanto os departamentos artísticos estavam bem entrosados.

4.3.5 - E A DIREÇÃO DE ARTE?

No caso específico deste programa, apesar de não ter existido um profissional que exercesse a função de diretor de arte, existiu direção de arte. Na ausência da abordagem unificadora da espacialidade e visualidade da obra que é comumente criada pelo diretor de arte, este papel foi exercido coletivamente pelos profissionais que compuseram a equipe artística: cenografia, produção de arte, figurino e caracterização; porém com um protagonismo maior da cenografia. Graças ao trabalho coletivo conquistado através do entrosamento entre as equipes, o diálogo entre os diversos departamentos gerou o entrelaçamento das competências o que resultou na visualidade coesa em torno de um conceito único.

À direção do programa coube escolher as “palavras chaves” que conduziram as pesquisas de todos os departamentos, e trabalhar no conjunto desses protagonistas para que as referências fossem compartilhadas e trabalhadas por todos. Pela natureza do trabalho da cenografia da TV Globo que abraça a maior parte do trabalho de conceituação e materialização da visualidade, este departamento teve maior participação nas definições do espaço cênico visual desta série televisiva atuando como eixo central e propulsor da grande engrenagem circular desse modo de produção industrial.

4.4 A GENTE RIU ASSIM

Sobre o processo de criação.

A *Gente Riu Assim* foi um dos programas especiais de fim de ano produzidos pela TV Globo e exibidos no seu canal da tevê aberta. Foram feitas duas edições nos anos de 2018 e de 2019. Neste capítulo, apesar deste exemplo não se referir ao de uma novela, seriado ou série, trato do clipe de encerramento do segundo programa da série exibido em 25 de dezembro de 2019, por este trazer ao mesmo tempo dois gêneros de programa televisivo: humor e clipe musical; e principalmente por este fazer parte do início do fim de uma era na emissora. Aproveito este estudo para abordar a questão da criação feita sob uma encomenda externa, que não parte do desejo ou impulso do criador, fato recorrente em obras de audiovisual e em trabalhos de cenografia.

A proposta do programa era abordar as notícias que marcaram o ano sobre o ponto de vista do humor. Reunindo esquetes produzidas ao longo do ano nos diferentes programas humorísticos da emissora, os personagens que mais se destacaram participavam de uma espécie de mesa redonda comandada por Marcelo Adnet, parodiando o programa *Bem Amigos* apresentado por Galvão Bueno, comentando todos os acontecimentos.

Esse ano a gente escolheu uma mesa redonda de especialistas, inspirada nas mesas redondas do esporte. É uma maneira diferente de amarrar a narrativa do ano. Inspirados nas resenhas esportivas, vamos ter uma resenha de 2019. (MENDONÇA, apud Comunicação Globo, 2019).

Uma vantagem é que a natureza desses programas, por si só, já estimula o debate. Então, você tem personagens defendendo determinadas coisas e os outros contrapondo. Gera uma dinâmica entre eles. No formato do jornalismo não tem esse tipo de linguagem, é mais informativo, se limita a descrever os acontecimentos. O que a gente fez foi pegar características desses personagens, que são amados, queridos e conhecidos do público, e colocar comentando a realidade. O mais difícil é que foi um ano muito politizado, com muita discussão política e a gente tem que cuidar para não ficar cansativo para quem está vendo. Ao mesmo tempo, foram tantas coisas que aconteceram e que a gente não pode deixar de abordar. (FERNANDES, apud Comunicação Globo, 2019).

<https://imprensa.globo.com/programas/a-gente-riu-assim/textos/retrospectiva-reune-personagens-de-humor-para-comentar-2019>

O ano de 2019, primeiro ano do governo do ex-presidente Jair Bolsonaro, foi marcado por intensas manifestações políticas, uma terrível crise econômica e retrocessos em todas as áreas sociais, ambientais, educacionais, culturais, etc. Neste contexto, os programas de humor desempenharam um papel fundamental de crítica onde se postulava internamente entre roteiristas que estava difícil competir com a realidade. O foco principal do extinto núcleo de humor liderado por Marcius Melhem, sintetizava a vontade de mergulhar no

universo dos acontecimentos e das notícias jornalísticas que viraram terreno fértil de inspiração onde os esquetes poderiam apontar para todas as questões onde houvesse uma piada possível sobre o mundo contemporâneo.

Herança do programa *Tá no Ar* que teve sua última temporada em 2019, o clipe musical de encerramento do programa *A Gente Riu Assim* tinha como objetivo resumir os acontecimentos mais importantes do ano e deixar uma mensagem de alegria e esperança para o próximo ano que viria. Não sem razão, foi o último programa da série de retrospectiva de humor, e de alguma maneira melancólica, seria o prenúncio da pausa ou do fim das produções de humor do canal aberto da TV Globo.

O formato televisivo do humor não é apenas resultante de estratégias comerciais da indústria televisiva, mas também é uma possível construção estético-cultural que permite o escapismo de um discurso oficial vigente. Destaco a relevância de analisarmos o gênero do humor como mediação por meio do qual se articula a lógica do sistema produtivo e de consumo e sua necessidade de contravenção e insubordinação.

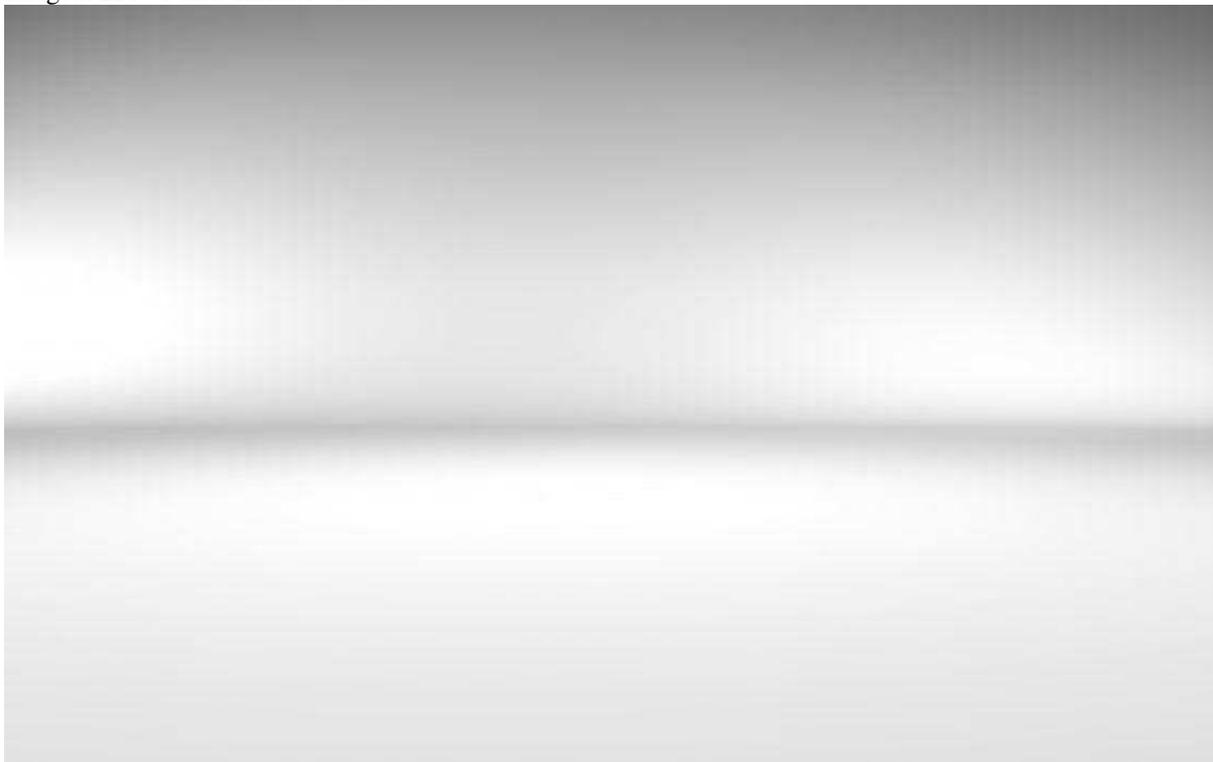
4.4.1 - VAI TER QUE ANDAR PRA FRENTE

Os clipes musicais de encerramento do programa *Tá No Ar*, precursor do programa *A Gente Riu Assim*, sempre eram baseados em paródias de músicas muito conhecidas e cantadas pelo público em geral. Escolhas não sem motivos comercialmente calculadas que possibilitavam, apesar dos conteúdos muitas vezes distantes do público, a grande aceitação e repercussão em diferentes mídias e camadas sociais e políticas. As letras eram modificadas para comentar e criticar algum assunto específico com humor, neste caso específico do clipe *Vai Ter Que Andar Pra Frente* a letra fazia uma crônica político-social do ano de 2019. A música parodiada era *Onda Diferente* das cantoras Ludmilla e Anitta, com a participação de Snoop Dogg e Papatinho. Lançada em 2019, ganhou o Prêmio Multishow de música brasileira e o Voto Popular: Música Chiclete do Ano. O clipe original da música não serviu de inspiração para a versão feita para o programa por ser muito distante visual e imageticamente do que era preciso narrar.

Neste programa em particular, de um lado existia o texto que era uma letra de música extremamente melancólica, e do outro a encomenda de fazer rir e levar esperança de tempos melhores. Se por um lado havia um texto denso e triste, a proposta artística deveria manter a

sutileza, a leveza e a beleza de um conteúdo de humor Globo. A resposta resultou no retrato do ano que passara e de alguma maneira o prenúncio do ano que viria, pensou-se que nada poderia ser pior do que 2019, até vir 2020.

Imagem 221 - Fundo infinito branco.



Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora.

4.4.2 - SOBRE O FIO

O filósofo Didi-Huberman em seu livro *Sobre o Fio* (2013) coloca em questão a soberania do artista criador que nossa sociedade tanto idealiza face à encomenda feita por uma instituição. Segundo ele, a potência da arte se confronta constantemente com o poder das instituições que a cercam e lhe permitem trabalhar. Se por um lado as obras são inseparáveis das instituições, por outro as desviam da utilidade, da aplicação imediata, da mercantilização e da capitalização. O filósofo coloca que toda obra instaura uma relação de forças e instaura a si mesma através de uma relação de forças. O artista seria soberano? Existe soberania? Sob que condições a soberania prevalece? Didi-Huberman faz uma relação direta do artista criador com a imagem de um equilibrista em uma corda bamba que para ele é a representação perfeita de força e vulnerabilidade. A própria ideia do fio carrega inúmeras metáforas, como o fio da navalha, o fio dos acontecimentos, uma linha no espaço, estabelece fronteiras e limites. O fio

está sempre por um fio, a soberania está sempre por um fio. O artista ao dançar sobre o fio equilibra-se para libertar sua obra das condições que lhe foram imputadas pelo mundo, ao mesmo tempo em que abre esse mundo para a vista das pessoas que nele habitam. Entendo aqui como mundo o conceito heideggeriano que o pensa como um todo relacional onde as coisas aparecem como tais.

E é sobre o fio que os profissionais criativos do audiovisual - redatores, diretores, cenógrafos, produtores de arte, figurinistas, montadores, etc. - são colocados ao receber uma encomenda. Feita por uma determinada instituição empresarial, neste caso uma produtora de conteúdo, a encomenda deve também se reportar diretamente a outras instituições que a financiam. O trabalho a ser realizado, portanto, não vem somente de uma necessidade pessoal dos artistas envolvidos de exprimir uma ideia ou um sentimento. Os artistas criadores precisam enquadrar seus devaneios subjetivos nas necessidades de outros sujeitos. O fio esticado entre o artista soberano e de seu ideal de liberdade nunca correspondido é tensionado até o limite do seu rompimento.

No caso específico do clipe musical *Vai Ter Que Andar Pra Frente*, o fio da navalha estava justamente entre a dificuldade de encontrar maneiras de fazer rir de uma narrativa com acontecimentos tão tristes, e da constatação imperativa que rir poderia ser o caminho necessário para a fuga, a evasão. Com apoio da crítica e da audiência, os programas humorísticos tinham, a partir do *Tá No Ar*, conquistado a liberdade de falar de assuntos delicados politicamente e socialmente esbarrando em limites somente ao ameaçar apoiadores comerciais. Essa liberdade conquistada proporcionava autonomia criativa no uso das linguagens, desde que essas respeitassem a encomenda de um programa leve que levasse uma mensagem de esperança.

4.4.3 - PROCESSOS E PROCESSO

O conceito de rede abordado por Cecília Almeida Salles colabora para a análise de obras audiovisuais que concentram em si as características do trabalho coletivo, simultaneidade de ações, e intenso estabelecimento de sentido a partir de atividades multidisciplinares que dialogam entre si. Neste estudo utilizo três pontos importantes citados pela autora, que determinaram o processo de criação desse clipe musical: balizadores externos; erros e acasos; e trabalho coletivo.

Por balizadores externos consideramos todas as interferências do seu meio ambiente, cito a própria encomenda e os recursos disponíveis assim como o Mundo que o artista observa e recolhe tudo aquilo que o inspira e ao mesmo tempo lhe impõe restrições. Por erros e acasos entendemos tudo o que provoca uma mudança no processo de produção levando a novas possibilidades de obras, tudo aquilo que sai do previsto combinado e controlável e que demanda soluções inusitadas que podem acrescentar muito à obra apresentada ao público. Para muitos artistas o erro é recebido como acaso criador que leva a descobertas, mas também significa aceitar que aquela obra poderia ter sido diferente do que outras obras poderiam ter sido possíveis.

A primeira etapa do processo foi a leitura coletiva do roteiro. No caso deste programa, a cenografia tomou para si a tarefa de construir a visualidade espacial da obra comumente feita pela direção de arte. Coube a ela, junto com a direção artística e o diretor de fotografia, definir o espaço, as paletas de cores e o mote de todo o trabalho que seria feito pelas demais equipes artísticas. A partir deste conceito cada equipe iniciou seus trabalhos de pesquisa e conceituação para apresentação e aprovação da direção que conduziu o diálogo entre todos os elementos apresentados para que a realização tivesse uma única linguagem.

A interferência de tantos autores implicou num processo de criação em constante movimento sujeito a interferências do início ao fim com o surgimento de elementos novos e inesperados. Todas as contribuições dos diferentes profissionais que compuseram a equipe foram relevantes e capazes de mudar a direção do trabalho.

4.4.4 - BALIZADORES

No caso específico do clipe de análise, considero balizadores externos da cenografia para essa criação diferentes fatores tais como:

a) Tempo:

No caso específico deste projeto, haviam 3 semanas para sua execução divididas em 7 dias de criação-conceituação, 5 dias de construção e execução, 2 dias de gravação, 5 dias de edição, 2 dias para aprovação e finalização. O tempo era o maior balizador, e o que quer que fosse criado deveria ser possível de ser realizado neste período. Logo de partida foi decidido gravar em estúdio para que a gravação não fosse refém das variações meteorológicas. Logo

de partida não haveria tempo de projeto e de execução para que a solução criativa apostasse em cenários físicos muito complexos construtivamente. A solução precisaria ser exequível, o que ajudou a cumprir com certo conforto o segundo balizador: o orçamento.

b) Orçamento:

Todo o trabalho parece ter menos orçamento do que deveria. Mas é preciso pensar o orçamento como recurso, e pensar quais recursos estão disponíveis naquele tempo específico. Recurso além de verba também significa quantidade de equipe e acervo disponível. E quando há pouco tempo, ter muito recurso é determinante para um bom resultado. Porém, quando você não tem tempo, o recurso é irrelevante pois sozinho não será capaz de atender a encomenda. Neste caso, o orçamento é respeitado na falta de tempo para usá-lo. Mas como equacionar tantos fatores? Na equação tempo versus recurso, a solução encontrada foi conceber um Espaço Único onde todos os lugares cênicos solicitados no roteiro pudessem ser materializados. Que lugares seriam estes? Retorno assim neste estudo ao terceiro balizador que é documento originário desta e da maioria das obras de audiovisual: o texto.

c) Texto que é também a letra da música feita pelos redatores finais do programa Nelito Fernandes e Martha Mendonça:

O ano foi um perrengue só
Dois mil e vinte vai ter que ser melhor
Se vai ser ou não, não sei
Mas desse papo eu já cansei
Então, então, então vai, vai, vai ter que ir pra frente
Vai, vai, vamo andar pra frente
Eu quero ser feliz com muitas cores diferentes
Que essa violência diminua realmente
Então, vai, vai, vai ter que ir pra frente
Vai, vai, vamo andar pra frente
Você também se ferra se ferrar o meio ambiente
Falar uma coisa dessa não é nada coerente
Já deu, uh uh, já passou, uh uh
Já deu, uh uh, acabou, uh uh
Já deu, valeu, já deu, adeus, já deu, valeu, já deu, adeus
Reflita, reflita
A coisa tá esquisita
Durante o ano todo, tanta piii já foi dita
Defendeu trabalho infantil
Não existe fome no Brasil
Golden Shower
AI5
Comissão da verdade mentiu
Nordestino é Paraíba
Xingou a Brigitte Macron
Quer mandar no meu cocô
E pro filhinho filé mignon
Vai, vai, vai ter que ir pra frente

Vai, vai, vamo andar pra frente
Se liga que esse papo não é nada inteligente
Foi mal, mas isso aí foi desmentido antigamente
Vai, vai, vai ter que ir pra frente
Vai, vai, vamo andar pra frente
Louvar a ignorância é uma coisa indecente
Os erros do passado eu quero longe do presente
Já deu, uh uh, já passou, uh uh
Já deu, uh uh, acabou, uh uh
Já deu, valeu, já deu, adeus, já deu, valeu, já deu
2019, adeus! (FERNANDES, Nelito e MENDONÇA, Martha. 2019)

Cada trecho da letra da música remete coletivamente a uma imagem jornalística da história do nosso país. De maneira que, como cita o filósofo George Didi-Huberman, seria “preciso organizar o pessimismo e as imagens eram um espaço para tal organização” (HUBERMAN, 2019). Em termos mais específicos, esse clipe televisivo era a oportunidade de explorar a forma narrativa construída sobre o eixo das imagens emblemáticas da história e que se inscrevem na linha da cultura popular. Essas imagens reverberam até os dias de hoje, pertencem a memória coletiva como constituintes da noção de país e de povo. São capazes de serem percebidas em diversas camadas de entendimento e por isso podem ser absorvidas e contextualizadas por grande parte do público televisivo. “As imagens frequentemente apelam às nossas memórias para dar forma a nossos desejos de emancipação”. (HUBERMAN, 2019)

Apropriando-nos do legado dos grandes levantes e imagens icônicas feitas por cineastas, fotógrafos, e artistas o clipe pensou poder atingir os telespectadores para que cada um deles também construísse sua própria narrativa de 2019 identificando suas memórias e recordações nas imagens apresentadas no ritmo da música chiclete⁴⁴.

A história das imagens e das nossas maneiras de, por meio delas, ver e perceber o mundo não é linear e nem em sentido único. E daí vem nosso fascínio por tais imagens que não dizem tudo o que mostram. A fotografia e a imagem em geral não representam somente a realidade, mas também o que o olho humano não percebe; a fotografia, como nós, é capaz de esconder, negar e sofrer. Ela espera por quem seja capaz de ouvir suas alegrias e dores. (HUBERMAN, 2019)

⁴⁴ Música chiclete na gíria é uma música que uma vez tocada nunca mais sai da cabeça.

Imagem 223 - Colagens das imagens do clipe.



Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora.

d) Encomenda:

A encomenda de não fazer um clipe sombrio, a partir de uma música cuja letra nos remete diretamente às imagens fortes de tudo o que é narrado, seria de alguma maneira cumprida ao inscrever as memórias numa folha em branco. A plasticidade e a beleza poderiam nos trazer a leveza necessária para um programa de humor. Seria impossível fazer graça com a melancolia do fim de 2019, mas talvez fosse possível dar esperança de uma escritura de um novo futuro, se todos viessem a caminhar na mesma direção. Com o código cultural brasileiro de passar o ano novo de branco, os atores foram convidados a andar em passeata juntos, em uma só direção e para frente. Era essa a ideia principal da letra da música: o convite ao caminhar pacificador. Seria essa a ideia principal da produtora? Olhando para as manchetes do jornalismo das manifestações de 2013, percebe-se que o discurso dominante sempre desfavoreceu as passeatas conflituosas onde o comportamento dos manifestantes - ao contestar o sistema - poderiam resultar em baderna e vandalismo. Os anunciantes do horário não gostariam de ver sua marca associada às revoltas populares que atentassem aos valores da propriedade e principalmente lutassem contra suas próprias instituições. Apesar dos pesares

de um ano turbulento fruto de tantos reveses provocados por um governo que se construiu no antagonismo a todas as instituições democráticas e promovia o discurso da destruição e do ódio, as “palavras chaves” da encomenda eram de paz e esperança: andar para frente.

Imagem 224 - Imagem do clipe.



Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora.

Tínhamos também sobre o fio a encomenda de instaurar um lugar de protagonismo para o ator e roteirista Marcius Melhem, que na ocasião era também o diretor do núcleo de humor na TV Globo. Ele faria a vez do personagem do rapper Snoop Dogg e dentro da paródia, foi o único ponto de convergência com o clipe da música original. A sugestão da cenografia foi colocá-lo num labirinto de espelhos com vários eus se multiplicando simultaneamente. A imagem da personagem foi triplicada no espaço cênico visual, sendo mostrado por vários pontos de vista.

Imagem 225 - Imagem do clipe.



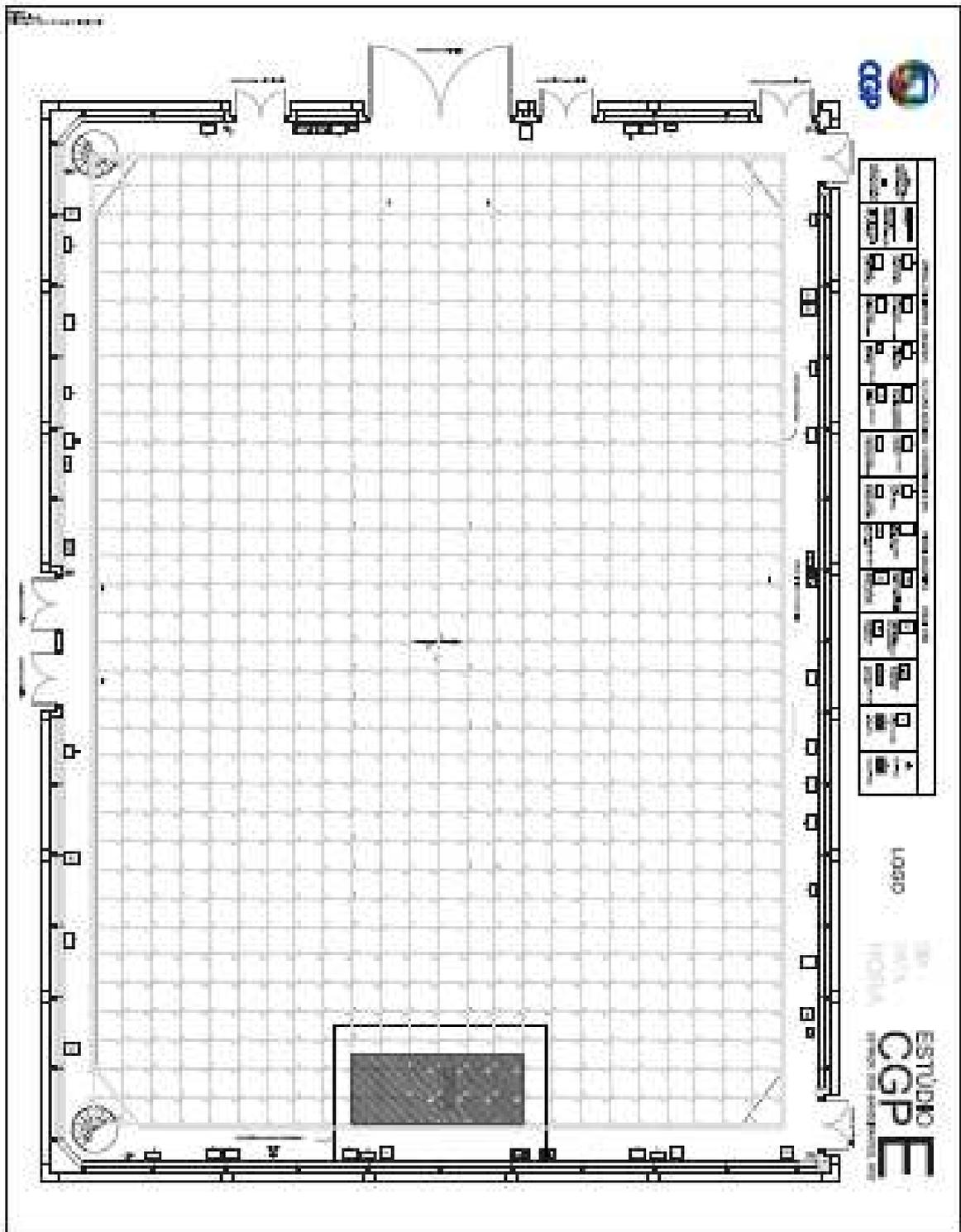
Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora do.

e) Espaço físico:

A cenografia tinha à sua disposição o maior estúdio da TV Globo, mas ele parecia pequeno para a vontade da direção de fazer uma caminhada para frente em plano sequência sem pausas. O espaço do fundo infinito branco era pequeno para uma passeata, de um ir infinitamente para bem longe de tudo aquilo que assolava o presente. Era preciso dar tempo para a caminhada que se daria naquele espaço, a tensão do cronotopo⁴⁵, só conseguiria se romper no corte descontínuo. Para dar a ideia da continuidade de uma grande caminhada, todo o espaço do estúdio de 25m X 35m resultando em mais de 800m² foi usado para a construção de uma grande folha em branco. O cenário se baseava então em um grande fundo infinito branco e de *sets* construídos com elementos e objetos que reproduzem as imagens da memória imaginária resgatada pela letra da música.

⁴⁵ Cronotopo é a união indissolúvel entre espaço e tempo conceituado por BAKHTIN, M. in *Questões de literatura e estética: a teoria do romance*. São Paulo: Hucitec Editora, 2010.

Imagem 226 - Imagem do estúdio de gravação do MG2.



Fonte: Acervo pessoal da cenógrafa no clipe e autora.

E assim, com todos esses balizadores em mãos, como num grande liquidificador criativo, o espaço cênico visual é criado respondendo às necessidades e encomendas. Sem esses balizadores, a criação não seria possível, ou seria outra possível. Eles delimitam as fronteiras da criação, cujo limite é também o espaço da liberdade.

4.4.5 - ERROS E ACASOS

Quando se faz um programa de humor, a missão originária do cenário é dar lugar ao corpo do ator para que ele se expresse. Os atores são os maiores agentes de transformação da ideia original. A interpretação que vem deles pode e deve transgredir e completar a ideia inicial da equipe artística. Com sua presença corpórea, ele determina o tempo da piada que é um dos pilares de todos os programas de humor. O cenário não pode prevalecer, entregar a piada, ele não pode avançar a linha tênue do tempo e ritmo do surgimento do riso. No caso específico deste clipe, o cenário deveria ser o contraponto do humor e a força motriz para a reprodução das imagens icônicas que a letra da música cantada pelos atores deveria despertar no telespectador. Os personagens deveriam ajudar a compor essa imagem sendo um dos elementos da mesma. Podendo eventualmente rompê-la e transgredi-la, conforme sua presença criativa.

Cito alguns poucos exemplos gritantes de como os atores contribuíram de forma decisiva para esta obra:

a) A atriz Betty Gofman precisava re-construir fotografia feita por Silvaldo Leung Vieira do suposto suicídio por enforcamento do jornalista Vladimir Herzog. Imagem icônica e expressiva se tornou símbolo das atrocidades cometidas pela ditadura militar de 1964. Frente a uma reconstituição de extrema violência, Beth decidiu brincar com o bambolê antes de se colocar na posição da fotografia icônica.

Imagem 227 - Imagem do clipe.



Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora.

Imagem 228 - Imagem do clipe.



Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora.

Imagem 229 - Imagem ícone da violência da ditadura militar de 1964 no Brasil.



Fonte: fotografia de autoria de Silvaldo Leung Vieira.

b) O homem dos balões deveria compor uma das imagens icônicas do artista plástico Banksy, mas o ventilador do departamento de efeitos visuais era mais potente do que deveria e o figurante acabou se enrolando nos fios e acabou provocando uma imagem que funcionou para os objetivos da direção.

Imagem 230 - Imagem da obra de arte Girl with Balloon de Banksy.



Fonte: reprodução Wikipédia, captura de tela realizada pela a autora.

Imagem 231 - Imagem do clipe.



Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora.

Imagem 232 - Imagem do clipe.



Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora.

Imagem 233 - Imagem do clipe.



Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora.

c) O bombardeio do peixe inteligente. Jorge Seif Junior, então secretário da Aquicultura e Pesca do governo Bolsonaro, surpreendeu ao afirmar em entrevista que “o peixe é um bicho inteligente, quando vê uma manta de óleo, foge,(...)”. A transcrição desta ideia dependeu exclusivamente da expressão corporal do ator que vestia o peixe.

Imagem 234 - Imagem do clipe.



Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora.

Imagem 235 - Imagem do clipe.



Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora.

d) A coreografia do filme *O Grande Ditador* (1940) foi recriada por Marcelo Adnet ao precisar dançar com uma terra plana.

Imagem 236 - Imagem do filme *O Grande Ditador* de Charles Chaplin



Fonte: reprodução do canal Melhores Filmes do Youtube, captura de tela realizada pela autora. Link de acesso: <https://www.youtube.com/watch?v=qIXQoLISn2E>

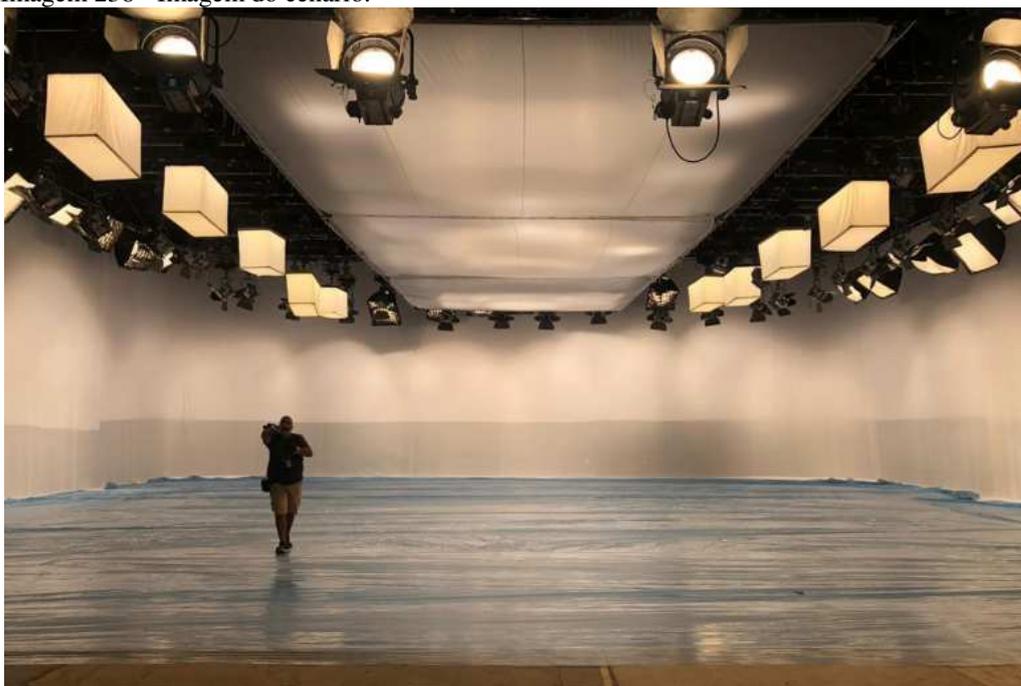
Imagem 237 - Imagem do clipe.



Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora.

e) Um dos possíveis erros do cenário foi não ter conseguido, em razão do tempo escasso, construir um verdadeiro fundo infinito. Foi necessário vestir o estúdio com um grande pano branco de polidiamida e colocar o piso branco num dia direto no chão do estúdio e no outro sob um praticável descolado do fundo para tentar, com a ajuda da fotografia, apagar os limites entre eles.

Imagem 238 - Imagem do cenário.



Fonte: acervo pessoal da cenógrafa do clipe e autora.

Esse “erro” possibilitou a direção de fotografia trabalhar com graduações diferentes de luminosidade produzindo tons de brancos diferentes, recurso aprovado pela direção e amplamente utilizado no decorrer do clipe.

Imagem 239 - Imagem do clipe.



Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora.

4.4.6 - A DIREÇÃO DE ARTE FLORESCE NA TV?

Entendo a importância de colocar a contribuição de todos os profissionais envolvidos e não citados neste processo uma vez que este estudo restringiu a análise do trabalho da cenografia. Os bastidores do processo criativo de um programa de humor encomendado por um canal aberto faz refletir a respeito de suas idiossincrasias, desafios e amarras; faz pensar na autoria dos programas de televisão sob uma perspectiva relacional e processual em uma rede complexa de construção permanente. A obra audiovisual se materializa em tempo real e não linear, convidando todos os profissionais envolvidos a serem cúmplices desse jogo imprevisível e incontrolável. A autoria se estabelece nas relações, nas interações que sustentam a grande rede de criação que vai se tecendo ao longo do processo.

A partir deste exemplo é possível concluir que foi possível a presença da direção de arte mesmo na ausência de um profissional destacado e nomeado para exercer esta função. Porém, diferentemente do que foi constatado nos exemplos anteriores, aqui este papel foi

desempenhado pela cenografia que tomou para si a tarefa de transmutar as palavras em materialidade, em espaço, objetos, planos, cores e ações. A cenografia em conjunto com a direção e a fotografia foram responsáveis pela visualidade desta obra.

Imagem 240 - Imagem do clipe.



Fonte: Reprodução Globoplay, captura de tela realizada pela autora.

5 - CONCLUSÃO

Início a conclusão desta tese pensando no seu título:

Construtores de ilusões. O lugar da direção de arte e da cenografia na construção do espaço cênico visual da TV Globo.

São diversas palavras chaves em sequência: construtor; ilusão; lugar; direção de arte; cenografia; espaço; cênico; visualidade; TV; TV Globo. Cada uma delas detém um conceito que abre Mundo.

Construtor: quem constrói; arte de edificar; dar estrutura; organizar; arquitetar; formar; conceber.

Ilusão: engano dos sentidos ou da mente; que faz tomar uma coisa por outra; sonho; devaneio.

Lugar: espaço ocupado; sítio; ambiente; localidade; assento marcado; posição; oportunidade.

Direção: arte ou efeito de dirigir; orientar; conduzir; encaminhar; presidir.

Arte: capacidade humana de criação.

Cenografia: arte de criar o lugar onde decorre a ação.

Espaço: lugar ocupado por algo ou alguém

Cênico: relativo a cena; acontecimento dramático.

Visualidade: referente à vista; visão; percepção; olhar.

TV: abreviatura de televisão: emissora de TV; sistema de telecomunicação que usa sinais eletromagnéticos para transmissão de vídeo e áudio.

Globo: corpo esférico; refere-se ao globo terrestre.

(dicionário Aurélio)

O emprego de palavras chaves para a pesquisa é conhecido; e é frequentemente usado por mim para conceituar a visualidade de um programa de televisão. Essas palavras aqui descritas se envolvem numa rede de conexões e embaralhamentos que resumem o trabalho desenvolvido nesta tese.

Chego à conclusão, que talvez o título devesse ser: O lugar do modo de produção industrial na concepção do espaço cênico visual da TV Globo, pois a direção de arte ocorre nele, através dele, junto dele, apesar dele e graças a ele.

(pausa dramática)

Não, este título não contempla a enorme contribuição que o espaço cênico visual trouxe para a construção de uma única nação que a TV Globo desejou construir, muito menos de uma nação imaginária chamada Brasil que acabou construindo. Fico com o primeiro!

Resumo em alguns pontos o longo percurso trilhado por esta tese de análise histórica e descrição das práticas e processos de trabalho das equipes que conceberam os programas desta emissora no período compreendido entre os anos 2000 e 2020, com enfoque nas equipes que constituem o departamento de criação de ambientes trazendo algumas conclusões que foram possíveis através destas investigações.

A TV Globo funciona segundo um modelo industrial e adota como estratégia produtiva as mesmas prerrogativas da produção em série que vigoram em outras esferas industriais. A necessidade de alimentar com material audiovisual uma programação ininterrupta exigiu a adoção de modelos de produção em larga escala, onde a serialização e a repetição do mesmo protótipo constituem uma forma de viabilizar. Com isso foi possível produzir um número bastante elevado de programas diferentes, utilizando os mesmos recursos: atores, cenários, figurino, equipe de criação e uma mesma situação dramática. A indústria televisiva impôs, a partir desse modo de produção industrial fragmentado, uma espécie de cartilha com regras e diretrizes implícitas que possibilitou a quantidade e controlou a qualidade dos produtos que se manifesta sob a forma de uma certa assepsia, uma certa purificação perceptível em todas as suas formas de exibição: o Padrão Globo de Qualidade.

Ao longo da tese detalhei como a TV Globo se estruturou para conseguir produzir em larga escala e atender uma demanda de exibição fruto de uma grade de programação ininterrupta que ela mesmo inventou. Esta empresa criou um método de trabalho singular estruturado numa lógica industrial para conseguir produzir a maior parte dos produtos que passou a exibir. A partir deste modo de produção industrial, constituiu mecanismos que definiram as práticas e processos de cada equipe determinando os rumos técnicos, estéticos e artísticos e influenciando determinantemente no espaço cênico visual da emissora, e consequentemente, o modo de ser da direção de arte. O modo de produção industrial criou cargos e funções, estabeleceu métricas e sistemas próprios capazes de agenciar a produção em larga escala com parâmetros de qualidade internacionais, o Padrão – técnico e estético – Globo de Qualidade viabilizou as vendas de seus produtos para diversos mercados. Esse modelo de produção gerou um regime de visualidade que orienta as demandas, exigências e gosto dos brasileiros.

Destrinchei o departamento da criação de ambientes, do qual a cenografia faz parte, compreendendo o espaço cênico-visual como parte constitutiva do famoso Padrão Globo de Qualidade que invade nossas casas há gerações. Ao direcionar o olhar para o processo de criação de um programa, estabeleci parâmetros para o entendimento do papel de cada departamento da criação de ambientes na concepção do espaço cênico-visual e na construção das obras de dramaturgia televisiva tendo como premissa que raramente havia até os anos 2020 na TV Globo a presença de um diretor de arte como se entende e define atualmente no cinema brasileiro e no mercado audiovisual. Analisei a produção televisiva sob a perspectiva da cenografia, contribuindo para o entendimento de sua influência na construção da linguagem em seu aspecto plástico e espacial dos programas deste veículo de comunicação de massa. Considerando a abrangência da atividade, demonstrei sua importância na criação das atmosferas, sua contribuição para o desenvolvimento da narrativa, para a construção dos personagens, revelando e destacando o impacto da sua materialidade na relação com o corpo, tanto o imerso no espaço cênico, quanto o imerso no espaço do espectador. Atividades semelhantes ao escopo da direção de arte. Ao analisar as práticas e processos de criação, demonstrei que as atribuições do diretor de arte foram fragmentadas, sendo desempenhadas em partes, e na maioria das vezes, pelo cenógrafo por conta da natureza de suas atribuições. Constatado que o conjunto da visualidade só foi pensado quando a criação se deu coletivamente, com a participação ativa de todos os departamentos que compõem a criação de ambientes.

Defini a cenografia na TV Globo considerando sua multidisciplinaridade, tratando-a em sua relação paralela à direção de arte: práticas catalisadoras de diversas áreas tais como arquitetura, design, artes visuais, semiótica, dramaturgia, estudos da imagem, cinema, comunicação, dentre outras. Demonstrei, através dos exemplos, como a configuração do espaço feita pelo cenógrafo - determinada pelo desenho de produção do programa que atende à demanda de produção e exibição - acaba por determinar enquadramentos, iluminação e movimento de câmera que leva o espectador à leitura do espaço no tempo da movimentação cênica do ator, pois os universos visuais são construídos no decorrer do tempo e do espaço. Observei como, ao estabelecer a dinâmica das cenas, o cenário influenciou diretamente na coreografia dos atores, sendo esse um dos pontos mais importantes da relação entre a cenografia e a dramaturgia: sua colaboração na estruturação das cenas, seja do ponto de vista da atuação, seja com relação aos recursos que oferece para a direção e para fotografia. Analisei como o desenho do espaço feito pelo cenógrafo configurou um cenário definindo a

disposição de pontos de referência para a ação tendo como premissa os efeitos que poderia alcançar.

Constatei que a cenografia colaborou, em conjunto com a produção de arte, figurino e caracterização na percepção da personagem por meio dos elementos visuais com que trabalhou, ajudando o espectador a compreender cada sujeito envolvido na trama, sua posição social, estado civil, posturas políticas e sociais, relações familiares, etc. Aprofundei a pesquisa de como os ambientes passam informações subliminarmente das características das personalidades que não necessariamente são ditas em diálogos, levando o espectador a perceber pouco a pouco diferentes aspectos da identidade das personagens através da conformação dos lugares que a abrigam. Investiguei através dos exemplos os “tipos” com que os roteiros televisivos trabalham e como a cenografia responde a eles, simplificando a comunicação de dados cognitivos buscando a identificação imediata pelo espectador correndo o risco de menosprezar sua capacidade de percepção.

Ao observar a visualidade do ponto de vista histórico técnico e estético, construí um panorama histórico da presença e da ausência do diretor de arte, cenógrafo, produtor de arte e figurinista na TV, considerando suas origens no teatro e no rádio e o diálogo com o cinema. Encontrei os caminhos, dogmas e preceitos que foram se estabelecendo ao longo do tempo e que formaram o modo de produção industrial existente atualmente.

Detalhei os parâmetros, regras e diretrizes que o modo de produção industrial estabeleceu para as equipes artísticas considerarem em suas práticas para constatar de que maneira eles influenciam a criação do espaço cênico visual. Cito aqui aqueles da cenografia: métodos e processos construtivos; pensar um cenário para uma obra aberta; necessidade de montar e desmontar para cumprir roteiros de gravação; demanda de gravar o equivalente a um filme de longa-metragem por dia para dar conta de uma grade de programação; posicionamentos de três a quatro câmeras simultaneamente num cenário; posicionamento de equipamentos de iluminação e fotografia; acesso de móveis e objetos de cena; lugar para monitor e equipe; várias frentes de gravação simultâneas; etc. Todos esses fatores determinaram o desenho do cenário, levando a conclusão de que o modo de fazer industrial interfere diretamente na configuração do espaço cênico visual e na configuração da direção de arte da TV Globo.

Sistematizei os processos de criação e execução do cenário na TV Globo de forma objetiva relacionando as etapas de criação e produção de um cenário desde o recebimento da sinopse na fase da preparação até o momento do “foi cena”. Descrevi cada fase de produção

onde diferentes profissionais de diversas áreas contribuem com sua especialidade na construção do conteúdo audiovisual e na criação de um universo visual e sonoro que proporciona a vivência de uma narrativa. Para tanto se fez necessário detalhar as equipes que contribuíram para a expressão plástica do programa, equipes parceiras tais como: produção, direção de fotografia, produção de arte, figurinista, efeitos especiais, efeitos visuais. Relacionei a equipe que compõem o latifúndio da cenografia: cenógrafo assistente, designer gráfico; execução da produção onde se encontram os coordenadores, analistas, cenotécnicos, contrarregras, pintores, maquinistas, aderecistas; suprimentos onde estão analistas e compradores externos; etc.

Analisei as habilidades e conhecimentos específicos exigidos do profissional que atua na equipe da cenografia cujo repertório exige familiaridade com diferentes áreas de conhecimento: formação em arquitetura e/ou cenografia; projeto arquitetônico e cenográfico, desenho livre, desenho técnico, detalhamento arquitetônico e cenográfico, conhecimento de técnicas construtivas cenográficas, artes visuais, cinema, teatro, história da arte, história da arquitetura, história do mobiliário, história do design, gestão de equipe, administração de obra; conhecimento de orçamento, conhecimento de lojas de diferentes naturezas, conhecimento da cidade onde se trabalha, conhecimento da paisagem urbana; conhecimento de possíveis locações, observação da realidade e do entorno, programas de computador, técnicas de apresentação, etc.

Descrevi a relação entre figurinista, produtor de arte e caracterização com o cenógrafo, não havendo uma abordagem unificadora da espacialidade e visualidade da obra que é comumente criada pelo diretor de arte. Concluí sobre o papel que cabe ao cenógrafo e aos demais titulares na constituição da direção de arte, tendo em vista o caráter coletivo da obra televisiva, um processo complexo na sua prática, com inúmeras camadas de contribuições artísticas que se entrelaçam.

Apresentei o longo processo trilhado pelas equipes de colaboradores que acontece baseado no texto e na abordagem definida pelo diretor artístico. Sobre a afirmação de que o diretor de programa, ao coordenar os diferentes departamentos, fez a direção de arte, afirmo que o conceito não está dissociado de sua realização, sendo no caso da direção de arte uma via de mão dupla uma vez que o próprio processo de criação e de execução cria conceito. Neste sentido, uma ideia ou um desejo da direção não é capaz de se corporificar, não é capaz de tomar forma, sem o profissional com a habilidade de torná-lo real, seja ele o cenógrafo, o produtor de arte, o figurinista, ou o diretor de arte. Pensar que o diretor do programa atua

como o diretor de arte é um equívoco, pois a direção de arte também se constitui no fazer. O diretor de arte, o cenógrafo, o figurinista, o produtor de arte, todos os profissionais da criação precisam ser quem faz e não somente quem idealiza. O diretor artístico não corporifica, a sua criação persiste no campo do desejo e da ideia, sem a materialidade a ideia é interrompida, quem dá a continuidade, faz “o resto”, preenche as lacunas com o fazer, com o projeto, com o corpo, é o diretor de arte, e/ou o cenógrafo, e/ou o figurinista, e/ou o produtor de arte.

Sobre o tripé de criação existente em produções audiovisuais fora da TV Globo, constatei que não somente o pé da direção de arte sofre interferência desta configuração específica; mas que os pés da direção e da direção de fotografia também foram impactados por esse modo de produção industrial. O funcionamento do tripé artístico acontece de forma singular e obedecendo a um sistema operacional próprio da empresa, mas não impede a criação de atmosferas particulares para cada personagem, para cada momento e para cada programa dando materialidade visual que extrapola o texto falado e compõe a narrativa.

Definir direção de arte, cenografia, produção de arte e figurino foi fundamental para entender que embora as definições de cenografia e direção de arte - enquanto escritura dramática do espaço - são semelhantes, na prática as tarefas que são atribuídas a esses departamentos são diferentes dependendo do meio de representação onde se inserem. Em particular na TV Globo ficou claro que o cenógrafo abraça grande parte das tarefas do diretor de arte, mas não a totalidade, pois não concebe os objetos de cena e o figurino. Com relação à comparação da produção de arte com a direção de arte, embora muitos acreditem que pelo fato deste departamento na TV Globo acompanhar a gravação, fiscalizar o cumprimento das pesquisas históricas, e estar mais próxima da direção no dia a dia do programa, ele é responsável pela direção de arte; o que não se efetiva pois suas atribuições não concebem o espaço cênico. Portanto na ausência de um diretor de arte, ou de alguém que exerça de fato esta função, a existência de um conceito visual único e coeso em torno da obra, ou seja, a existência de direção de arte, depende do diálogo entre os departamentos para que o trabalho fragmentado não ocorra de forma dissociada. A direção de arte só acontece no diálogo destes departamentos.

Constato que as atribuições da direção de arte foram realizadas ou não em diferentes programas e de diversas maneiras, seja por um cenógrafo, por um figurinista, por um produtor de arte, pelo diretor geral, coletivamente, ou por ninguém. A partir das análises dos exemplos foi possível constatar que os diversos tipos de produto e conseqüentemente os diferentes modos de produção - dentro da própria empresa - influenciam na maneira que direção de arte

se apresenta. Numa novela, num seriado e numa série, num clipe de humor, cada conformação de programa, cada desenho de produção, provoca uma resposta diferente que interfere na visualidade e possibilita em maior ou menor grau a existência de direção de arte. É fato que, dependendo do tipo de programa, a visualidade parece atender melhor aos parâmetros da crítica que define o que é direção de arte e se existe direção de arte. Em programas menores, de obra fechada, com um ritmo de produção menor, com menos frentes de gravação, com menos câmeras, onde os cenários podem ser fechados, onde grande parte das cenas podem se passar em locações ou em exteriores, considera-se que a direção de arte tem mais oportunidade de existir pois corresponde melhor ao que se espera de uma direção de arte. Provavelmente por esta razão conclui-se erroneamente que a direção de arte consegue estar mais presente quando está mais afastada dos processos industriais.

A partir do estudo da novela *Avenida Brasil* (2012), uma obra aberta cujo controle da totalidade não pôde efetivamente existir, cujo ritmo de produção impediu que os profissionais envolvidos na concepção da visualidade pudessem estar presentes em todas as frentes de trabalho, concluí que quanto mais um programa precisa atender as demandas de produção industrial, menos o indivíduo pode controlar a da direção de arte sobre o produto final, e mais a mão da indústria precisa atuar. Demonstrei como o papel do modo de produção industrial, ao determinar regras e diretrizes para a concepção de um espaço cênico visual influenciou na visualidade da obra, sendo estes os preceitos da direção de arte de novela na TV Globo. A direção de arte acontece nas fronteiras dos limites da produção em larga escala, sendo que a subversão é um espaço necessário para sua realização. As regras resultantes do modo de produção feitas para atender a demanda de gravação e atingir o Padrão Globo de Qualidade são a direção de arte numa novela. Quem faz a direção de arte, se é o diretor de arte, o cenógrafo, o figurinista, o produtor de arte, não importa para este sistema. O indivíduo não é importante, a TV Globo é maior que o indivíduo.

Nas séries e seriados - produtos que se assemelham mais aos criados no mercado audiovisual fora da TV Globo - apresentei dois casos. *Tapas e Beijos* (2014-2015) abordou a existência de uma cenógrafa que, mesmo não creditada como tal, atuou como diretora de arte porque teve permissão do diretor do programa. O conceito elaborado em conjunto com todos os departamentos e capitaneado pela cenografia foi sustentado e perseguido pela equipe, mas só se tornou possível devido ao desenho de produção do produto que permitia uma frente de gravação, duas câmeras, cenários fechados; e possuía um ritmo de trabalho menos acelerado se comparado ao de uma novela. *A Fórmula* (2017), uma obra pequena de poucos episódios, a

direção de arte esteve presente na coletividade, no diálogo entre os diferentes departamentos coordenados pela direção do programa. No exemplo do clipe do programa *A Gente Riu Assim* (2019), cujo produto se aproxima da produção de um clipe comercial de TV, a direção de arte também foi exercida pela cenografia, pois o conceito definido por ela não abria espaço para outra materialidade se não a apresentada: transformar imagens icônicas em telas brancas. Não se pode afirmar, entretanto, que em todas as novelas, séries e seriados a construção do espaço cênico e da direção de arte se deu desta maneira. Pois apesar de haver um modo de produção único, a diferença entre os programas e a singularidade dos indivíduos que compõem as equipes, modificam a dinâmica de criação fundamentada na natureza dialógica que se estabelece neste coletivo de fatores.

Por fim, o departamento de criação de ambientes na TV Globo, mesmo na ausência de um diretor de arte, ao criar um espaço cênico visual, colabora para construir uma proposta de identidade nacional e para fornecer o código pelo qual os brasileiros se reconhecem brasileiros. A visualidade é um dos instrumentos que a empresa utiliza para o projeto de unificação do país, para mostrar um tipo de Brasil para os brasileiros e criar um mercado consumidor de um padrão de vida. O espaço cênico visual, acaba por institucionalizar o belo e o feio, o bom e o mau, cria referências de identidades na subjetividade de quem assiste o programa, sendo que determinadas regiões ou grupos sociais nem sempre são compreendidos ou contemplados por esta representação mostrada pela imagem da telinha. Isto, na minha percepção, é o espaço cênico visual contaminado pela direção de arte, mesmo que transversalmente.

O estudo desta tese se encerra nos anos 2020 porque a direção de arte, assim como a cenografia, vem se adaptando continuamente a diversos palcos ou caixas cênicas, ou seja, aos diferentes espaços de representação que estão em constante transformação. Na TV Globo, esse espaço de representação, que carrega em si inúmeras características próprias, mudou drasticamente a partir da pandemia de Covid-19 que acelerou as mudanças que se anunciavam desde a criação da internet.

Neste momento a sociedade brasileira vivencia uma nova fase do audiovisual mundial com o surgimento de várias plataformas streaming, que pouco a pouco tem alterado a forma de relacionamento entre o espectador e o conteúdo, estão modificando o olhar, mudando o modelo de negócio, e conseqüentemente estão transformando o modo de produção da TV Globo. A concorrência e os novos formatos estão colocando os padrões estabelecidos na berlinda exigindo uma revolução dos padrões técnicos e estéticos, a reinvenção dos

balizadores da cultura do audiovisual, aproximando a maneira de fazer um programa do mercado externo. Recentemente já podemos observar uma mudança radical de posicionamento da Tv Globo em direção ao mercado audiovisual se transformando em produtora de conteúdo, o que imediatamente proporcionou a abertura para profissionais e para a contratação de diretores de arte para a concepção de seus programas. Tarefa desempenhada com certa dificuldade, mas isso já é assunto de outra tese.

Sobre as idiosincrasias de trabalhar na TV Globo, é essencial colocar que a transgressão é sempre possível e na sutileza e força das palavras e das imagens, o Mundo sempre pode ser colocado à vista. Mesmo através de uma telinha pequena de televisão.

Que todos os méritos por mim obtidos por meio desta prática sejam convertidos em benefícios para todos os seres.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ALENCAR, Mauro. **A Hollywood brasileira: panorama da telenovela no Brasil**. Rio de Janeiro: Senac, 2002.

AUMONT, Jacques. **A Imagem**. Campinas,SP: Papyrus, 2012.

AUMONT, Jacques. **A estética do Filme**. Campinas,SP: Papyrus, 2012.

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **Dicionário teórico e crítico do cinema**. Campinas,SP: Papyrus, 2006.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação/educação: apontamentos para discussão**. Comunicação, mídia e consumo, v. 1, n. 2, p. 119-138, 2004. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/16>. Acesso em: 27 abr. 2023.

BACHELARD, Gaston. **A Poética do Espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BAKHTIN, M. **Questões de literatura e estética: a teoria do romance**. São Paulo: Hucitec Editora, 2010.

BAKHTIN, M. **Gêneros do discurso** in: BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: 2003.

BAHIA, Lia. **A telona e a telinha: encontros e desencontros entre cinema e televisão no Brasil**. Tese de doutorado, Universidade Federal Fluminense, Instituto de Artes e Comunicação Social, programa de pós-graduação em Comunicação, 2014.

BAPTISTA, Mauro. **A pesquisa sobre design e cinema: o design de produção**. Revista Galáxia, São Paulo, n. 15, p. 109-120, jun. 2008.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Relógio d'Água Editores Lda, 1991.

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1993

BELLOUR, Raymond. **Entre-imagens**. Campinas: Papyrus, 1997.

BERGSON, Henri. **Matéria e Memória**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BERNARDET, Jean-Claude. **O que é cinema?** São Paulo: Brasiliense, 1980.

BERTHOLD, Margot. **História Mundial do Teatro**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

BIAL, Pedro. **Roberto Marinho**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BORDWELL, David; THOMPSON, Kristin. **A arte do cinema: uma introdução**. São Paulo: Editora da Unicamp, 2013

- BOUCRIS, Luc. **L'Espace en Scène**. Paris, France: Librairie Théâtrale, 1993.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 1997.
- BRITTOS, Valério Cruz. **A televisão no Brasil, hoje: a multiplicidade da oferta**. Comunicação e Sociedade, São Bernardo do Campo, n. 31, p. 9-34, 1. Sem.1999.
- BRITO, T e BRAVO, Z. **Especialistas explicam o fenômeno "Avenida Brasil"** In: O Globo, 2012.
- BROOK, Peter. **L'Espace Vide**. Paris, France: Éditions du Seuil, 1977.
- BRUTUCE, Débora L.V. **A direção de arte e a imagem cinematográfica no cinema brasileiro – sua inserção no processo de criação do cinema brasileiro dos anos 1990**. Dissertação de Mestrado. Niteroi: Universidade Federal Fluminense, 2005.
- BUCCI, Eugenio e KEHL, Maria Rita. **Videologias: Ensaio sobre a Televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004.
- CALVINO, Italo. **Seis propostas para o próximo milênio**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- CARDOSO, João Batista Freitas. **A Semiótica do Cenário Televisivo**. São Paulo: Annablume, 2008.
- CARDOSO, João Batista Freitas. **Cenário Televisivo: linguagens múltiplas fragmentadas**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2009.
- CARNEIRO, Marília. **Marília Carneiro: no camarim das oito**. Rio de Janeiro: Aeroplano Senac-Rio, 2003.
- CARRIÈRE, Jean-Claude. **A linguagem secreta do Cinema**. Rio de Janeiro, RJ: Nova Fronteira, 2006.
- CARVALHO, Gianne et al. **CGP - Central Globo de Produção 10 anos**, São Paulo: Editora Globo, 2005.
- COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro**. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.
- DELEUZE, Gilles. **L'Image-Mouvement**. Paris, France: Les Éditions de Minuit, 1983.
- DIDI-HUBERMAN. **Sobre o fio**. São Paulo: Cultura e Barbárie, 2019.
- DIDI-HUBERMAN, Georges (org). **Levantes**. São Paulo: Ed. SESC, 2017.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2ª edição, 1997.
- DUBOIS, Philippe. **Cinema, vídeo, Godard**. Tradução de Mateus Araújo Silva. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

- ESQUENAZI, Jean-Pierre. **As séries televisivas**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2011.
- FERNANDES, Ismail. **Memória da telenovela brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- FILHO, Daniel. **O circo eletrônico - fazendo TV no Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- FIUZA, S e RIBEIRO, A. **Autores: História da teledramaturgia**, v.1. São Paulo: Editora Globo, 2008.
- FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.
- FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade**. Imprensa da Universidade de Coimbra/Coimbra University Press, 2012.
- FRESSATO, Soleni Biscouto. **Novelas, o espelho mágico da vida: quando realidade se confunde com o espetáculo**. São Paulo: perspectiva, 2024.
- FREYDEFONT, Marcel. **Scénographie**. in Seminário sobre o ensino de cenografia na França, 1998.
- GUMBRECH, Hans Ulrich. **Produção de Presença: o que o sentido não consegue transmitir**. Rio de Janeiro-RJ: Contraponto: Ed.PUC-RIO, 2010.
- HAMBURGER, Esther (org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinqüentenário**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.
- HAMBURGER, Esther. **Telenovelas e interpretações do Brasil**. In: Lua Nova, 2011.
- HAMBURGER, Vera. **Arte em cena: a direção de arte no cinema brasileiro**. São Paulo: Ed. SENAC e Edições Sesc, 2014.
- HEIDEGGER, Martin. **A Origem da Obra de Arte**. Lisboa: Edições 70, 2004.
- HEIDEGGER, Martin. **Ensaio e Conferências**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2002.
- HOWARD, Pamela. **O que é cenografia?** São Paulo: Edições SESC São Paulo, 2015.
- JACOB, Elizabeth M. **Espaço e Visualidade: a construção plástica do Brasil na obra cinematográfica de Luis Carlos Ripper**. Tese de Doutorado, UFRJ, 2009.
- JACOB, Elizabeth M, et all. **Dimensões da direção de arte na experiência audiovisual**. Rio de Janeiro: Nau Editora, 2023.
- JACOB, Elizabeth M. **Um Lugar para Ser Visto: a direção de arte e a construção da paisagem do cinema**. Dissertação de Mestrado, UFF, 2006.
- LEITE, Adriana. **Figurino: uma experiência na televisão**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna**. Tradução de Paulo Neves. Porto Alegre: Sulina, 2009.

LOBRUTTO, Vincent. **The filmmaker's guide to production design**. New York: All-worth Press, 2002.

LOPES, M. I. V. de. (2003). **Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação**. *Comunicação & Educação*, 26, 17-34.

MACEDO, Cláudia; FALCÃO, Angela; MENDES de ALMEIDA, Candido José; (org). **Tv ao Vivo Depoimentos**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac, 2003.

MACHADO, Arlindo. **Máquina e imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas**. São Paulo: Edusp, 1993.

MAGALHÃES, Ana Maria. **Brincando de Casinha: 44 anos trabalhando em produção de arte na TV brasileira**. Rio de Janeiro: Editora Fontes, 2022.

MANTOVANI, Anna. **Cenografia**. São Paulo: Ática, 1989.

MARTIN-BARBERO, J. A televisão a partir das mediações. In: **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos Meios às mediações**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

METZ, Christian. **A significação no cinema**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1977.

MONTEIRO, José Carlos. **História Visual: cinema brasileiro**. Rio de Janeiro: Funarte, 1996.

MOTTER, Maria Lourdes. **Ficção e Realidade: A construção do cotidiano na telenovela**. São Paulo: Alexa Cultural, Comunicação & Cultura - Ficção Televisiva, 2003.

MOURA, Carolina Bassi de. **A direção e a direção de arte: construções poéticas da Imagem em Luiz Fernando Carvalho**. Tese de Doutorado, USP, 2015.

MUANIS, Felipe. **A Imagem televisiva: Autorreferência, temporalidade, imersão**. Curitiba: Appris Editora, 2018.

MUNGIOLI, Maria Cristina P. **Narrativas e discursos: produção de sentido e subjetividade**. In: PRANDINI, Paola. **A cor na voz: identidade étnico-racial, educomunicação e histórias de vida**. Belo Horizonte (MG): Letramento, 2018.

MUNGIOLI, Maria Cristina P. **Gêneros televisuais e discurso: enunciação, ficcionalidade e interação na série Norma**. São Paulo: Comunicação, Mídia e Consumo. Ano 9, vol.9 n.24 p.97-114, 2012.

MUNGIOLI, Maria Cristina P. **Poética das séries de televisão: elementos para conceituação e análise.** In: PELEGRINI, Christian; MUANIS, Felipe. (Orgs) **Perspectivas do audiovisual contemporâneo: urgências, conteúdos e espaços.** Juiz de Fora (MG): Editora da UFJF, 2019.

MUNGIOLI, Maria Cristina P. **A cultura da convergência no espaço da ficção televisiva brasileira.** In Comunicação e educação, USP, V1, 2012.

NERO, Cyro Del. **Máquina para os Deuses: anotações de um cenógrafo e o discurso da cenografia.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009

ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional.** São Paulo: Brasiliense, 1985.

ORTIZ, Renato *et al.* **Telenovela: história e produção.** São Paulo: Brasiliense, 1989.

PAVIS, Patrice. **Dicionário de Teatro.** São Paulo: Perspectiva, 1999.

PELEGRINI, Tânia. et al. **Literatura, cinema e televisão.** São Paulo: Editora Senac São Paulo – Instituto Itaú Cultural, 2003.

PIMENTA, Alexandre e MARTINEZ, Marcelo (org). **Tá no Ar No Livro.** Rio de Janeiro: Editora Casa da Palavra, 2017.

Projeto Memória das Organizações Globo (org). **Dicionário da TV Globo, v1: Programa de Dramaturgia e Entretenimento.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

RAMOS, Fernando. **História do cinema brasileiro.** São Paulo: ArtEditora, 1990.

RAMOS, Fernão; MIRANDA, Luís Felipe de. **Enciclopédia do Cinema Brasileiro.** São Paulo: Editora SENAC, 2000.

RATTO, Gianni. **Antitratado de cenografia. Variações sobre o mesmo tema.** São Paulo: Editora Senac, 1999.

SALLES, Cecília Almeida. **Redes de criação. Construção da obra de arte.** São Paulo: Ed. Horizonte, 2006.

SERRONI, José Carlos. **Cenografia Brasileira: notas de um cenógrafo.** São Paulo: Edições Sesc, 2013.

SOUTO MAIOR, Marcel. **Almanaque da TV Globo; Pesquisa Memória Globo.** São Paulo: Globo, 2006.

SOUZA, Carlos Roberto de. **Nossa aventura na tela.** São Paulo: Cultura, 1998.

SOUZA, Paulo José Gómez. **Cadernos das Oficinas de Direção,** Rio de Janeiro: editorado pela Rede Globo, série limitada, 2014.

SVARTMAN, Rosane. **A telenovela e o futuro da televisão brasileira.** Rio de Janeiro: Cobogó, 2023.

TARKOVSKI, A. **Esculpir o tempo**. 2a edição. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. São Paulo : Difel, 1983.

VAN SIJLL, Jennifer. **Narrativa Cinematográfica: contando histórias com imagens em movimento: as 100 convenções mais importantes do mundo do cinema que todo cineasta precisa conhecer**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2017.

VIEIRA, João Luiz. **A chanchada e o cinema carioca (1930-1955)**. In: RAMOS, Fernão (org.). **História do cinema brasileiro**. São Paulo: Art Editora, 1987.

XAVIER, Ismail **O Discurso Cinematográfico. Opacidade e Transparência**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

REFERÊNCIAS DOS PROGRAMAS:

Link de A Fórmula: <https://www.youtube.com/watch?v=BKqg2CLLXek>

Link clipe Onda Diferente: (<https://www.youtube.com/watch?v=syL7R25GOWk>).

Link clipe Vai ter que andar pra frente: (<https://Globoplay.globo.com/v/8187791/>)

Link Comunicação Globo:

(<https://imprensa.globo.com/programas/a-gente-riu-assim/textos/retrospectiva-reune-personagens-de-humor-para-comentar-2019/>)

Link Melhores Filmes do Youtube: O Grande Ditador de Charles Chaplin:

(<https://www.youtube.com/watch?v=qIXQoLISn2E>)

Link sobre Avenida Brasil: <https://www.youtube.com/watch?v=BIXK-wTYnrM>

Link sobre montagem e desmontagem: <https://Globoplay.globo.com/v/6489858/>

Link entrevista Maurício Farias: <https://www.youtube.com/watch?v=SIELQb9zIZY>

Link *Essência Globo*: <https://grupoglobo.globo.com/>

Link filme *El Justiceiro* de Nelson Pereira dos Santos:

https://www.google.com/search?sca_esv=fef8a0a8565c2553&sxsrf=ADLYWIJdn8sYkylOhSqBZty8ybDfbESJ8A:1728567258293&q=el+justiceiro+FILME&tbm=vid&source=lnms&fbs=AEQNm0AuaLfhdrtx2b9ODfK0pnmWLCaqfxnx4rDi3lOGYSzGtnkbAHIUVgArcxuUb5daFOrKBkWOjOpHZHoSivGBtZUDATuNkDS_dYGCVwt-O4RadfQa5uzlyNpeVkmwGkusYn4ISwj7cyc9wQ2Fwl9NokE5n5EEy-HgwgLp7A_DP_2bJecRL1HTEx-ijQHZkHil_6a2O8ZjBEKuqVltKXevlj9Up0FA&sa=X&ved=2ahUKEwiYoZrr9oOJAxUFI7kGHf8BOx0Q0pQJegQIDhAB&biw=1517&bih=674&dpr=0.9#fpstate=ive&vld=cid:e753a6eb,vid:ZMDLZn8Z-3s,st:0