



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
COORDENADORIA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA E INTEGRAÇÃO ACADÊMICA
PROGRAMA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA E EM DESENVOLVIMENTO
TECNOLÓGICO E INOVAÇÃO

KAREN MIHO NOGUCHI

RELATÓRIO FINAL DE PESQUISA

INICIAÇÃO CIENTÍFICA:

PIBIC CNPq (), PIBIC CNPq Ações Afirmativas (), PIBIC UFPR TN (),
PIBIC Fundação Araucária (), PIBIC Voluntária (), Jovens Talentos (), PIBIC EM ()

INICIAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO E INOVAÇÃO:

PIBITI CNPq (), PIBITI UFPR TN (), PIBITI Funttel ou **PIBITI Voluntária (X)**

(De 1º/08/2019 a 30/06/2020)

QUADRO GERAL SOBRE CENOTECNIA TELEVISIONAL

Relatório Final apresentado à COORDENADORIA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA E INTEGRAÇÃO ACADÊMICA da Universidade Federal do Paraná – UFPR | Edital 2019/2020.

NOME DO ORIENTADOR:

Prof. Dr. Antonio Manoel Nunes Castelnou, neto
Departamento de Arquitetura e Urbanismo

TÍTULO DO PROJETO:

Arquitetura e Cenografia: Concepção de Recurso Midiático para Projeto Cenotécnico
BANPESQ/THALES: 2019028784

CURITIBA PR
2020

1. TÍTULO

Quadro Geral sobre Cenotecnia Televisional

2. ALTERAÇÕES NO PLANO DE TRABALHO

Não houve alterações no Plano de Trabalho.

3. RESUMO

A cenografia trata-se de uma atividade de caráter criativo, artístico e técnico, sendo uma das áreas de atuação do arquiteto que, junto a outros profissional, é responsável pela concepção, criação e execução de cenários para espetáculos de diversas naturezas, as quais abrangem desde apresentações teatrais e musicais até *sets* para filmagem de cinema e vídeo. Uma das maiores aplicações cenotécnicas relaciona-se à televisão, que se tornou um dos principais meios de comunicação em massa a partir da segunda metade do século passado. A criação de cenários para TV envolve da concepção de espaços para programas de entrevistas, noticiários, *shows* e entretenimento, até a direção artística de seriados e telenovelas. Deste modo, esta pesquisa em iniciação tecnológica e inovação, de caráter teórico-conceitual e cunho exploratório, faz parte da proposta intitulada: “Arquitetura e Cenografia: Concepção de Recurso Midiático para Projeto Cenotécnico” e tem como objetivo principal abordar a *Cenotecnia Televisional*, visando contribuir, por meio da coleta, seleção e sistematização de dados históricos, técnicos e estéticos, para o desenvolvimento das diretrizes para projeto e realização de espaços cênicos nesta área específica.

Baseando-se na metodologia de pesquisa em fontes *web* e bibliográficas, para os estudos de caso, foram selecionados três seriados televisivos internacionais de entretenimento, os quais foram ambientados em épocas distintas: *Mad Men*, *Friends* e *The Office*. Deste modo, foi possível constatar que a cenografia e a cenotecnia são áreas em constante transformação, sobretudo na televisão, pois além do frequente surgimento de novos gêneros que necessitam de adaptação cênica, também se desenvolvem tecnologias mais recentes que podem ser incorporadas na produção televisiva. Assim, o profissional que trabalha nesse âmbito deve ser criativo e procurar sempre se atualizar e explorar novas possibilidades cenotécnicas.

Palavras-chave: *Cenografia. Cenotécnica. Televisão.*

4. INTRODUÇÃO

Em termos gerais, a cenografia abrange todo o processo de criação e construção de eventos estéticos, espaciais e imagens cênicas, procurando atender as necessidades de um espetáculo, podendo assim ser entendida como a integradora do componente cultural e do problema espacial apresentado (URSSI, 2006). Para Mantovani (1989), trata-se de um ato criativo que por meio de conhecimentos teóricos e técnicos objetiva organizar visualmente o espaço, de modo que nele possa se estabelecer a relação entre a cena e o público. Portanto, a cenografia é responsável pela criação de espaços cênicos para espetáculos teatrais, cinematográficos, musicais e televisivos, além de eventos como desfiles de moda e exposições artísticas. Segundo Cardoso (2009), ela tem a capacidade de “entrar em diferentes espaços, reconhecê-los em suas particularidades, e adaptar-se a suas necessidades” (p. 39), o que lhe confere um caráter mutável. Por sua vez, todas as

técnicas e máquinas necessárias para a construção de um cenário e execução da cenografia são feitas pelo *cenotécnico*, sendo seu conjunto conhecido como *cenotecnia* ou *cenotécnica* (MANTOVANI, 1989).

Etimologicamente, a palavra “cenografia” provém do grego *skenografia* e do latim *scenographia*, estando assim ligada em sua essência ao suporte visual da arte teatral. Berthold (2001) afirma que o ato de se transformar em outra pessoa sempre foi uma forma de expressão humana. Logo, o teatro apresenta-se tão antigo quanto à humanidade e sua história acompanha toda a trajetória da civilização. É possível identificar por meio da religião, do folclore e da etnologia, as sementes dessa arte: como a cenografia sempre acompanhou o desenvolvimento do teatro, ela pode ser considerada tão antiga quanto ele. Se na Grécia clássica era sinônimo da tenda posterior ao local de encenação, na Renascença o cenário passou a ser a representação pictórica em perspectiva e a decoração em estuque e madeira, enquanto no Barroco tornou-se um sistema de máquinas ilusórias que serviam de apoio ao espetáculo (URSSI, 2006).

Na televisão, a montagem cenotécnica foi de início um grande desafio, uma vez que carecia de experiência e possuía grandes limitações técnicas, diferentemente do teatro, o qual vinha desenvolvendo a cenotécnica com o decorrer dos séculos (GOMES, 2014). A prática de conceber e montar cenários remonta dos primórdios da arte teatral, mas carecia de pressupostos aplicados tanto no cinema quanto, mais tarde, em vídeo e televisão. Somente no início do século XX que a cenografia foi incorporada às representações cinematográficas e, com o tempo, foi adquirindo linguagem própria, passando a desempenhar importante papel no drama fílmico, até o momento em que a cenografia televisiva se distanciou tanto técnica quanto conceitualmente do cinema e do teatro, adaptando-se ao novo meio de arte e comunicação (CARDOSO, 2009).

Em seus primórdios, a questão da cenografia era pouco valorizada no ambiente televisivo, pois a estrutura dos programas era essencialmente ao vivo, porém, com a chegada do *videotape*, abriram-se novas e inúmeras possibilidades à produção em TV (ABREU *et* SILVA, 2012; GOMES, 2014). De acordo com o *Guia Ilustrado TV Globo* (2010), a estética que sempre predominou na cenografia televisiva foi de cunho realista, porém isto não limita as gravações a lugares reais, por meio de tomadas externas, já que também são usados estúdios e cidades cenográficas, o que inclusive aproxima as práticas teatrais e cinematográficas das realizações para a televisão.

No Brasil, a televisão foi inaugurada em 18 de setembro de 1950 pelo jornalista Francisco de Assis Chateaubriand¹ (1892-1968) com a PRF 3 TV Tupi de São Paulo, a qual foi a primeira emissora brasileira e também da América Latina a operar regularmente (SENE, 2007). Desde então, no processo de adaptação da cenografia teatral e cinematográfica ao meio televisivo brasileiro aconteceram importantes avanços cenotécnicos, principalmente ligados a produções de

¹ Também simplesmente conhecido como Chatô, Assis Chateaubriand foi também escritor, professor, advogado, empresário e político, sendo uma das personalidades mais influentes do Brasil entre as décadas de 1940 e 1960. Membro da Academia Brasileira de Letras, foi um magnata da comunicação no país, proprietário do *Diários Associados*, que foi o maior conglomerado de mídia da América Latina, o qual, em seu auge, contou com mais de 100 jornais, emissoras de rádio e TV, revistas e agência telegráfica (N. autora).

telenovelas. Um dos pioneiros da cenografia televisiva no Brasil foi Pernambuco de Oliveira (1922-83), que trabalhou como cenógrafo e figurinista na TV Tupi, participando ativamente na implantação da televisão no país. Ele foi o primeiro cenógrafo brasileiro a aplicar um sistema de equivalência de matrizes cromáticas para os tons de cinza. Neste sistema, as cores dos cenários e figurinos eram determinadas em função dos resultados que pudessem ter na representação videográfica em preto e branco (PB). Como naquela época as gravações eram ao vivo, sua equipe chegava a montar até dez cenários por dia com um tempo de cerca de 30 minutos para cada um, enquanto comerciais e algumas curiosidades distraíam o público. Como os estúdios eram muito pequenos, Oliveira implantou um novo e revolucionário processo de produção televisiva (CARDOSO, 2009).

Outro destaque, ainda segundo Cardoso (2009), foi o cenógrafo e artista plástico Cyro del Nero (1931-2010), o qual criou o primeiro programa de identidade visual para uma emissora de televisão brasileira. Natural de São Paulo SP, tornou-se o diretor de cenografia da TV Excelsior em 1960, realizando alguns trabalhos de destaque, entre os quais o cenário para a série *A História da Medicina*, sob a direção de Zbigniew Ziembinski (1908-78). Na TV Globo, foi, durante seis anos – entre 1973 e 1979 –, diretor de arte do programa *Fantástico*, além de ter criado as aberturas de diversas telenovelas. Na mesma emissora, dirigiu em 1974 o primeiro videoclipe nacional: *Gîtá*, com Raul Seixas (1945-89). Nero também trabalhou como diretor e arte e cenógrafo nas TVs Tupi, Record e Bandeirantes, fazendo parte da ASSOCIAÇÃO DOS PIONEIROS, PROFISSIONAIS E INCENTIVADORES DA TELEVISÃO BRASILEIRA – APPITE. Esta reúne outros cenógrafos importantes, como: Campello Neto (1924-89) – que iniciou na TV Continental, no Rio de Janeiro em 1959, e passou pelas TVs Paulista, Bandeirantes e Cultura – e Carlos Alberto Loffler (1960-), considerado por alguns como um dos primeiros a pensar os padrões estéticos na televisão do país.

Esta pesquisa de iniciação científico-tecnológica – com caráter teórico-conceitual e cunho exploratório – procura investigar os principais aspectos teóricos e práticos da cenografia e cenotécnica aplicados à televisão, tanto nacional quanto internacionalmente. De modo específico, objetiva a reunião de informações para a realização de um manual de arquitetura cenográfica com possibilidades de aplicação nas áreas teatral, cinematográfica e televisional. Apresenta, na sequência, um panorama geral sobre a cenotecnia televisional, de modo a fornecer uma maior familiaridade ao tema e igualmente embasar o estudo de casos.

5 REVISÃO DA LITERATURA

De acordo com Sens et Pereira (2014), após a *Segunda Guerra Mundial* (1939/45), a televisão estabeleceu-se como um dos principais meios de comunicação em massa, influenciando as áreas da cultura, economia e sociedade. Diversos canais consolidaram-se como indústrias de informação e entretenimento, procurando atender diferentes perfis de telespectadores, inclusive influenciando o comportamento, o cotidiano e os padrões de consumo. É importante destacar que a viabilidade televisiva sempre esteve atrelada à publicidade e ao *marketing*, tendo assim, em sua essência, uma característica mercantil (SENS, 2011).

Pode-se dizer que a televisão foi uma invenção formada de contribuições de vários estudiosos. Segundo Abreu et Silva (2012), tudo começou no século XIX com o químico sueco Jöns Jakob Berzelius (1779-1848) que descobriu a propriedade que o Selênio [Se] possuía de transformar energia luminosa em elétrica. No entanto, tal fenômeno somente foi comprovado 56 anos depois pelo engenheiro elétrico inglês Willougeby S. May (1828-1891). Por sua vez, em 1884, o alemão Paul Nipkow (1860-1940) patenteou uma proposta de transmissão de imagens à distância e, em alguns anos depois, os igualmente alemães Julius Elster (1854-1920) e Hans Geitel (1855-1923) inventaram a *célula fotoelétrica*.

Finalmente, em 1900, ainda segundo aqueles autores, o cientista russo Constantin Perskyi (1854-1906) apresentou no *Congresso Internacional de Eletricidade* de Paris uma tese sobre um equipamento que se baseava nas propriedades fotocondutoras do Selênio para transmitir imagens à distância. Tal tese chamava-se “Televisão” – palavra oriunda da junção do vocábulo grego *tele*, que significa “distante”, ao termo latim *visione*, que remete à visão. Posteriormente, houve várias outras contribuições sempre agregando informações às descobertas anteriores até 1927, quando o norte-americano Philo T. Farnworth (1906-1971) patenteou a *televisão eletrônica*, embora com uma resolução ainda não satisfatória. Três anos depois foi inaugurada na Inglaterra a *British Broadcasting Corporation* (BBC), a qual realizou a primeira transmissão mundial com um padrão considerado pelos técnicos de “alta definição”.

No entanto, conforme Sens (2011), durante a década de 1930, a televisão ainda funcionava mais como um móvel decorativo e símbolo de prosperidade que um eletrodoméstico de utilidade. Foi apenas em 1939 que passaram a ocorrer transmissões regulares, estas restritas à cidade de Nova York (EUA). O desenvolvimento desse meio de comunicação somente voltaria a ocorrer após a *Segunda Guerra Mundial* (1939/45), este desencadeado pelo apoio financeiro de setores estatais e pela demanda telespectadora, a qual estava deslumbrada com a nova tecnologia. Foram todos esses fatores que culminaram na televisão e em como ela é conhecida atualmente².

No Brasil, conforme Cardoso (2009), a televisão começou a se consolidar por volta de 1955, ano de inauguração da TV Rio, quando também foram lançados o primeiro game show (*O Céu é o Limite*, na TV Tupi) e o primeiro programa feminino (*O Mundo é das Mulheres*, na TV Paulista). No ano seguinte, o público brasileiro conheceu, no programa *Rancho Alegre* (TV Tupi), aquele que seria um dos maiores apresentadores da televisão nacional: José Abelardo Barbosa, o Chacrinha (1917-88). Em 1958, ele iniciou sua trajetória como o “Velho Guerreiro” com o programa *Discoteca do Chacrinha* (TV Tupi), indo na década de 1960 para a TV Record. Foi em seus programas televisivos que a cenografia ganhou maior importância, pois fortalecia a imagem do animador de

² Apesar de estar relacionada predominantemente a investimentos comerciais e empresas privadas, em diversas ocasiões o setor governamental também exerceu influência na evolução da mídia televisiva. Na televisão, é possível ver a força exercida por emissoras públicas como o canal britânico BBC, formado por integrantes do governo – ou os já extintos TF1 na França e RAI na Itália. No Brasil, a maioria dos canais sempre esteve no domínio de empresas privadas, mas houve concessões estabelecidas pelo governo, as quais permitiram o controle e a censura de conteúdos durante a *Ditadura Militar* (1964/84), além de possibilitarem que propagandas políticas obrigatórias fossem transmitidas até hoje (N. autora).

plateias remetendo a ideia de circo de entretenimento. Em *Cassino do Chacrinha*, por exemplo, o cenário criado por Mário Monteiro (1954-) passava por modificações semanais.

No início de sua história, a estrutura dos programas da TV era ao vivo e em palcos (*sets*) montados dentro de estúdios. Depois, com a chegada do *videotape*, abriram-se inúmeras possibilidades à produção televisiva. Basicamente, o *videotape* era um gravador de imagens que utilizava fitas magnéticas em carretéis plásticos, os quais foram – até cerca de 1979 – os únicos responsáveis pelo registro de imagens e sons por meio de equipamentos caros e pesados, estes destinados ao mercado profissional. Porém, foi graças a esta inovação que foi possível à televisão ir às ruas, saindo do estúdio e acontecendo em ambientes externos (ABREU *et* SILVA, 2012).

Outra inovação técnica foi o controle remoto, que surgiu na década de 1950 e possibilitou maior conforto, causando inclusive impactos nas audiências e emissoras. Porém, não de forma tão positiva, pois apareceu o *efeito zapping*, o qual, devido à facilidade de troca de canais, dificultou a permanência em apenas um programa, exigindo das emissoras novas estratégias que mantivessem o telespectador mais tempo atento à tela. Após os anos 1980, surgiu a TV por assinatura, o que possibilitou a entrada de canais mais especializados e, em meados da década de 1990, o acesso ao computador e a *internet* permitiram que fosse possível ver programas em canais dentro da rede (*web*). Foi também nesse período que nasceu a televisão em alta definição – em inglês: *High-Definition Television* (HDTV) –, ampliando a resolução televisiva e culminando em modificações tecnológicas³ e até físicas no aparelho de TV, o qual passou a ser mais fino e na proporção 16:9 ao invés da tradicional 4:3 (SENS, 2011).

Foi a partir da década de 1960 que a cenografia televisiva no Brasil ganhou um grande impulso, este graças ao advento das telenovelas. Nessa época, segundo Cardoso (2009), a TV Excelsior passou a rivalizar com a TV Tupi, sendo considerada por muitos como a primeira emissora a ser administrada dentro de padrões empresariais, além de ter começado a veicular em 1963 uma telenovela em capítulos diários: *2-5499 Ocupado*. Em maio de 1966, ergueu, na cidade de São Bernardo do Campo SP, a primeira cidade cinematográfica brasileira, esta desenvolvida para a novela *Redenção* – que durou cerca de dois anos e teve 596 capítulos –, contando com os seguintes cenários: “a estação ferroviária, as salas da prefeitura e da delegacia de polícia, o confessionário do Padre João (Edmundo Lopes) e o botequim do marginal Mária (Newton Prado)” (ALENCAR, 2002 *apud* CARDOSO, 2009, p. 39).

Contudo, foi a TV Globo que implantou outro padrão de qualidade em termos cênicos no país, principalmente devido à produção de sua dramaturgia televisiva. De programas infantis a jornalísticos, passando por musicais e culminando com telenovelas, a emissora tornou-se o grande

³ Segundo Molchina (2012), o conteúdo chega no aparelho televisivo através de quatro sinais de transmissão: brilho, cor, áudio e sincronizador do transmissor e receptor ou do *set* de TV. Na televisão analógica, é usado o método de transmissão de conteúdo usando-se um sinal contínuo que apresenta variação de amplitude, fase ou frequência. O sistema analógico processa e grava o sinal contínuo que oscila como o original, reunindo no canal as informações de luminância, brilho e crominância da imagem da televisão. Já a imagem digital é baseada em códigos binários que usa valores ativados/desativados de 0's e 1's para interpretação, funcionando assim como um interruptor e estando sempre ligado ou desligado. O procedimento digital divide o sinal analógico em intervalos fixos e as amostras são então quantificadas e atribuídos valores de 0's e 1's (ZETTL, 2009 *apud* MOLCHINA, 2012).

laboratório de experiências cenográficas, conduzindo à elaboração de cenários cada vez mais complexos, inclusive com referência a ambientes externos de outros países (CARDOSO, 2009).

Em paralelo à evolução tecnológica, o processo de produção televisional também foi se alterando. Basicamente, começa com um projeto para futura aprovação pela emissora e patrocínio, o qual deve conter a sua apresentação com objetivos, formatos, dias de veiculação e público alvo, além dos recursos financeiros e operacionais e da justificativa para o programa proposto. Depois dessa aprovação, de acordo com Costa *et Valim* (2002), forma-se uma equipe destinada ao início dos trabalhos, os quais são divididos em três fases: a *pré-produção*, a *produção* e a *pós-produção*. A *pré-produção* envolve o levantamento de necessidades gerais para a realização do projeto, com aprovação do roteiro; a determinação de atores, apresentadores e equipe, além dos equipamentos necessários; a indicação do local de realização; e a verificação de disponibilidade dos envolvidos e seus devidos pagamentos, prevendo-se inclusive o tempo de realização e o orçamento.

Já a etapa de *produção* – na qual ocorrem as filmagens das cenas propriamente ditas – é composta pelos ensaios e gravações do programa televisivo em questão. É quando se deve acompanhar a decupagem do roteiro com a direção do programa, contatar os participantes, levantar os estúdios com auxílio de cenógrafos e técnicos e providenciar as autorizações para utilização dos locais escolhidos. Depois, com as gravações concluídas, vem a *pós-produção*, que é quando se passa para a edição do material, ou seja, o seu acabamento. Nesta etapa, entram recursos de computação gráfica, efeitos, trilha sonora, dublagem e locução (COSTA *et VALIM*, 2002).

No que se refere à questão da cenografia como campo de atuação, de acordo com Cardoso (2001), esta ainda recebe muito pouco espaço na imprensa, no meio acadêmico ou mesmo na crítica; fator que se agrava mais quando se fala da cenotecnia televisiva, mesmo a produção cênica recebendo grande investimento pelas emissoras em geral. Para o autor, a análise dessa linguagem de representação específica deve ser feita dentro de suas próprias características, sem comparações com cenários teatrais ou cinematográficos. Como distintos gêneros televisivos, nos quais a cenografia é aplicada (Figuras 01 e 02), cita-se como principais: a teledramaturgia, que se subdivide em seriados ou séries, minisséries, telenovelas e teleteatros; o telejornalismo, que envolve o documentário, a revista e o noticiário diário; o programa de auditório e variedades; o programa de humor e infantil; o



programa de entrevistas; o programa musical e videoclipe; o programa educativo ou religioso; o *game show* e o *reality show*, entre outros (CARDOSO, 2009).

Em seu estudo sobre a tipologia do exto televisivo e baseando-se na dicotomia realidade/ficção, Orza (2002) indica 03 (três) possíveis tipos de espaços de representação na televisão, a saber: o *discurso referencial*, onde estão os conteúdos que refletem, em sua grande maioria, um campo de referência externo, estabelecendo um pacto de credibilidade com o telespectador – como o telejornalismo, a publicidade, a previsão do tempo e as demais transmissões ao vivo (esportivas, artísticas, institucionais, etc.) –; o *discurso ficcional*, que determina programas caracterizados por referências internas ou mundos de ficção, estabelecendo um pacto comunicativo de simulação ou incredulidade – típico em telenovelas, filmes e animações –; e o *discurso de hidridização*, quando se busca associar realidade e ficção, articulando os procedimentos que refletem pessoas, acontecimentos e objetos da realidade com estruturas textuais ou formulações prototípicas próprias dos discursos ficcionais, como ocorre em *talk shows* e *reality shows*⁴.

Em topologias específicas, essa classificação de Orza (2002) contribui para outra forma de categorização dos espaços cenográficos que são encontrados na televisão, como: espaços reais ou naturais propriamente ditos; espaços reais representados – ou seja, cenários construídos com materiais corpóreos ou produzidos por meio de modelagem digital –; e espaços imaginários, que são ambientes fantasiosos bastante frequentes em programas de auditório, infantis e de documentários e telejornais. Destaca-se que, em qualquer uma das representações apresentadas, o cenário tem um papel a cumprir e que para desempenhá-lo bem deve se basear nos conceitos de figura e fundo difundidos pelos estudos da *Gestalt*⁵.

Por sua vez, Mazziotti (2002) propôs a seguinte classificação dos cenários televisivos de acordo com a sua finalidade: *Cenários de Informação*, que são aqueles destinados a noticiários, entrevistas, análises e comentários, assim como de conteúdo educativo ou religioso; *Cenários de Esporte*, que são voltados tanto a transmissões quanto de cunho jornalístico; *Cenários de Entretenimento/Ficção*, que são utilizados para telefilmes, telenovelas, comédias, dramas e séries; e *Cenários de Variedades*, os quais abrangem programas de jogos e competições, além de música, culinária e documentário, incluindo *talk shows* e *reality shows*. Contudo a autora reforça que

[...] embora todos os gêneros possuam elementos formadores e traços que necessariamente devem estar presentes, não por isso devem ser considerados como categorias restritivas e imutáveis. Pelo contrário, são maleáveis, dilatam-se, esticam, incorporam traços, transformam-se. Além do mais, estão em

⁴ Esta categorização é estabelecida a partir de 03 (três) características presentes em todos os eventos televisivos: o *tema*, a *estrutura* e o *estilo*, além de culminar nos conceitos de *autorreferencialidade* (que remete a si mesmo) e de *heterorreferencialidade* (que remete ao mundo externo) cunhados por Orza (2002). Exemplificando, um salão de baile em uma minissérie, construída em um estúdio de televisão – apenas com três paredes e sem teto, com portas, janelas e escadas falsas – pode remeter a algum salão existente ou que tenha existido – na realidade exterior à televisão –; ou ainda pode encerrar-se em sua própria existência (N. autora).

⁵ Também conhecida como teoria da forma ou gestaltismo, a psicologia da *gestalt* – do alemão “forma” – é uma doutrina que defende que, para se compreender as partes, é preciso, antes, compreender o todo. Trata-se do estudo da percepção humana em relação as formas, identificando a existência de padrões de comportamento visual do ser humano, os quais compõem a base das *Leis da Gestalt*. Desenvolvida no início do século passado, fundamenta-se em 04 (quatro) princípios, os quais guiarão a percepção de objetos e formas: a tendência à estruturação, a segregação figura-fundo, a pregnância ou boa forma e a constância perceptiva (N. autora).

constante estado de redefinição. A sua maneira de operar é na tensão entre o conhecido e o inovador. É difícil encontrar gêneros em estado puro (MAZZIOTTI, 2002, p. 205)

Pode-se dizer que os primeiros cenários televisivos eram simples, sendo compostos de poucos elementos como cortinas, *cicloramas*⁶, fundo infinito e unidades modulares (STASHEFF, 1978 *apud* CARDOSO, 2001). Eram criados com a mesma linguagem teatral e, com o advento do *videotape*, esta passou a se aproximar mais da cinematográfica. Tal processo de adaptação do cinema ao meio televisivo permitiu novas experiências cênicas de expressão, adquirindo características como a fragmentação entre tempo e espaço e as possibilidades criadas pelo cenário digital (URSSI, 2006). Ademais, os cenários virtuais acompanham os atores e possibilitam a inserção de objetos virtuais, assim como a ilusão de que ambos estão interagindo, o que resolve os problemas físicos de algumas emissoras com falta de espaço, porém ainda apresentando artificialidade de texturas e matérias (CARDOSO, 2001).

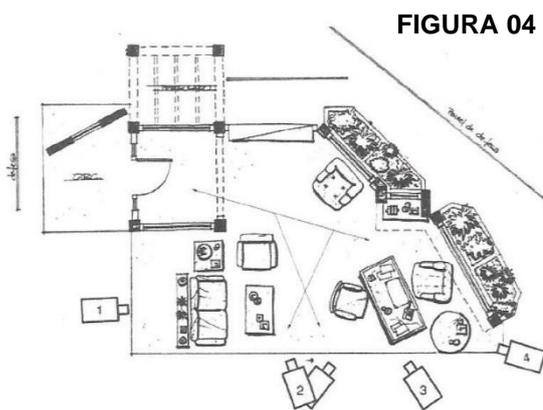
De acordo com Molchina (2012), a equipe de produção televisiva é geralmente dividida em dois grupos. O primeiro, composto de produtores, diretores e assistente de palco, corresponde ao pessoal da produção não técnica, que tem como função a tradução do roteiro (*script*) em imagens televisivas e do qual faz parte o cenógrafo ou diretor artístico, geralmente um arquiteto, *designer* ou artista plástico. Já o segundo grupo refere-se ao pessoal da produção técnica, sendo composto de engenheiros, operadores de câmera, operadores de áudio, operadores de luz, geradores de caracteres e pessoas que estabelecem sinais de transmissão e comunicação. Nesta etapa, o cenógrafo também atua, mas não mais como projetista e sim como cenotécnico, ou seja, na execução e montagens dos cenários em estúdios ou locações externas (Figura 03).



Todo espetáculo ou programa de televisão parte de um texto, que pode vir da adaptação de uma peça famosa ou obra literária; ou ainda ser original, isto é, escrito diretamente para a TV. Sua elaboração é similar à dos roteiros cinematográficos: à direita, indica-se a música e/ou ruídos, a decoração e objetos de cena, as marcações e situações das personagens, etc.; e; à esquerda, o diálogo e a ação. Através de seu conteúdo, o autor fornecerá as pautas a seguir, o que auxiliará a elaboração dos cenários e suas características, como época, lugar, hora do dia/noite, cena interna/ externa, iluminação e detalhes de como se desenvolve a ação. Tanto o cenógrafo quanto os demais componentes da equipe farão a sua leitura, tirando suas próprias conclusões (ESQUIVEL, 1977).

⁶ Denomina-se *ciclorama* uma grande tela clara, geralmente semicircular, que cobre o fundo e os lados do palco, a qual é usada para obter efeitos especiais de iluminação, criando a ilusão de espaço aberto, de grande distância e do céu em seus diversos aspectos; ou ainda, projetando filmes ou diapositivos que complementam a ação dramática. Também é chamada de parede do infinito ou cúpula de horizonte (N. autora).

Para proceder a elaboração de uma *planta cênica* ou *cenográfica* é indispensável conhecer perfeitamente a estrutura do *set* ou estúdio de TV, no qual se efetuará a montagem dos bastidores. Segundo Esquivel (1977), é por meio dela que se controla a forma, a superfície e a altura da cena, sendo este o primeiro problema a ser resolvido: quanto espaço se dispõe para o cenário? Se for pequeno, caberá ao cenógrafo criar efeitos de amplitude. Também deverá representar em escala todos os objetos que participarão da cena. Caso seja necessário, fará o uso de painéis ou *tapadeiras*⁷ (pano de fundo) com a representação de fachadas, portas, janelas e até paisagens. É importante também fazer as marcações de posição da(s) personagem(ns) e definir as zonas de claridade e obscuridade, guiando o posicionamento de câmaras e a colocação de luzes e refletores.



Tendremos en cuenta que tanto las puertas de acceso al mismo, así como los espacios previstos para el tráfico de las cámaras, boom, equipo técnico y lugares de desplazamiento de los actores en los decorados, sean fáciles de transitar evitando obstáculos que dificulten sus movimientos [...] Si son varios ambientes ligados entre sí, cuidaremos que los perfiles de las paredes que los dividen estén ajustados a un posible barrido de las cámaras y presenten las mejores posibilidades para un buen encuadre. Para lograr efectos visuales de mayor profundidad, podremos colocar elementos de referencia, siempre que su utilización guarde relación con los decorados: podrán ser columnas, rejas, esculturas faroles, etc.⁸ (ESQUIVEL, 1977, p. 76)

Ainda conforme a mesma fonte, componentes acessórios de cena – como móveis, vasos, estátuas e colunatas – devem ser colocados em primeiro plano para que a lente da câmera possa obter através deles um plano de enquadramento que, em relação aos demais elementos mais afastados, acentuem a perspectiva do cenário e produzam ao telespectador a ilusão de maior profundidade. Outra maneira de alcançar este objetivo é quebrar – quando possível e sempre que se justifique – as paredes que conformam determinado ambiente, evitando que se apresente em seu conjunto uma disposição monótona de formas arquitetônicas.

Pode-se afirmar que o estudo da *planta cênica* (Figura 04) é o eixo vital do trabalho do cenógrafo e a eficácia de leva-la à execução incidirá diretamente em um resultado plenamente satisfatório. Devido a isto, é imprescindível o seu detalhamento, o que inclui elevações e cortes com

⁷ *Tapadeira* é um recurso usado em cenografia para esconder tudo que se encontra na lateral do palco ou espaço cênico e que não pode ser visto durante o espetáculo. Podendo representar uma paisagem, parede interna ou externa – ou ser simplesmente lisa –, ela substitui painéis fixos, já que, sendo móvel, é mais prática e pode ser usada em qualquer lado. Dependendo de sua utilização, a tapadeira receberá uma folha de compensado na frente – de 4, 10 ou 15 mm de espessura – e terá seu topo abastado, podendo ou não receber tecido sobre si. Tanto o painel quanto o trainel são feitos do mesmo modo que a tapadeira, diferenciando-se apenas nos materiais, pois geralmente servem mais para a apresentação de faixas e *banners* (CENTRO TÉCNICO TCA, 2014).

⁸ Em tradução livre: “Deve-se atentar ao fato de que tanto as portas de acesso quanto os espaços previstos ao tráfego das câmeras, barreiras, equipamentos técnicos e locais de movimentação dos atores nos cenários, sejam fáceis para se locomover, evitando obstáculos que dificultem deslocamentos [...] Se houver vários ambientes interligados, deve-se tomar cuidado para que os limites das paredes que os dividem sejam ajustados para uma possível varredura das câmeras e apresentem as melhores possibilidades para um bom enquadramento. Para se obter efeitos visuais de maior profundidade, pode-se colocar elementos de referência, desde que relacionados à decoração cênica: podem ser colunas, grades, luminárias escultóricas etc.”.

a representação da escala humana, além de modelos plásticos ou virtuais (maquetes). Perspectivas complementam a proposta cenográfica, que devem ser autoexplicativas quanto a cores, texturas e outros pormenores. Por fim, a planta deverá ser aprovada pelos diretores geral e de câmeras, que assinalarão o início dos trabalhos de execução e montagem do cenário no estúdio – ou em outros locais, quando se tratar de tomadas externas e/ou eventos ao ar livre (ESQUIVEL, 1977).

Esquivel (1977) também destaca que toda construção que se efetue através de carpintaria e/ou serralheria deverá ser desenvolvida racionalmente, de modo que suas dimensões e peso facilitem seu contínuo traslado, o que aponta para o emprego da *modulação* como a melhor solução para cenários. Outro aspecto a se considerar é em relação ao depósito de cenários⁹. Obviamente, os bastidores ou quaisquer outros elementos cênicos voltados a programas específicos – como apresentações musicais, programas de variedades ou entrevistas – oferecem maior liberdade criativa, permitindo o uso de formas irregulares e/ou volumes de maiores dimensões. Contudo, o fator econômico nunca pode ser menosprezado, assim como a possibilidade de desmontagem, reutilização e reciclagem de materiais cenográficos. Observa-se que um fator de redução de custos equivale ao uso de técnicas de simulação e/ou substituição, ou seja, o emprego de simulacros ao invés de objetos verdadeiros¹⁰.

Deve-se ainda salientar o caso particular de cenários televisivos em áreas externas; as chamadas *locações*. Para Esquivel (1977), há situação em que tomadas ao ar livre se fazem necessárias para certos tipos de programa ou reportagem. Para cenas exteriores, pode-se escolher locais específicos, adaptando-os aos interesses cênicos e valorizando-se visuais, e panorâmicas. Assim, o cenógrafo deixa de ser aquele profissional que reconstrói totalmente um ambiente para se tornar quem o adequa segundo os objetivos da produção televisiva, ordenando enquadramentos naturais ou de patrimônio cultural como monumentos, recintos ou fachadas históricas. Muitas vezes, seu trabalho passa a ser o de não revelar – ao invés de expor – determinados elementos de cena, enfatizando uns em detrimento de outros.

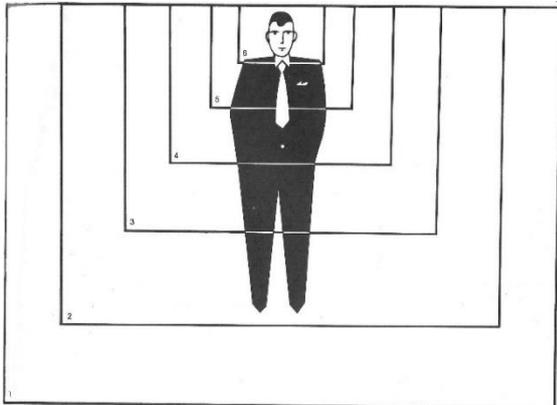
Observando a produção cenográfica na televisão nos dias de hoje, pode-se afirmar [...] que, se há, na maioria dos gêneros, um predomínio pelo *espaço construído*, em virtude do custo e da agilidade no processo de produção, há também um grande aumento da utilização da *locação* como cenário, espaço esse onde, diariamente, centenas, ou até milhares, de transeuntes anônimos constroem suas próprias histórias (CARDOSO, 2009, p. 27).

⁹ Toda a extensa gama de elementos cenográficos existentes – incluindo figurinos e acessórios –, assim como aqueles que se constroem periodicamente nas oficinas de cenário televisivo, devem ser ordenadamente armazenados em depósitos, nos quais precisam ser selecionados e agrupados por setores, de acordo com suas características e finalidades de uso. Aqueles que foram criados para uma determinada ocasião e que, por sua estrutura, carecem de utilidade posterior, podem ser descartados nessa seleção, procedendo sua desmontagem e reciclagem. Tudo que consta em um depósito de cenários deve ser catalogado e arquivado através de imagens ilustrativas, permitindo que seja facilmente localizado e possivelmente empregado em outras produções de TV (ESQUIVEL, 1977).

¹⁰ Além de carpinteiros e serralheiros, também contribuem para a confecção de cenários outras profissionais que se responsabilizam desde a colocação de mobiliário até tapeceiros, pintores, decoradores e assistentes continuístas, sendo estes aqueles que garantirão a sequencialidade de cenas e tomadas televisivas, ou melhor, que nada esteja fora do lugar onde foi previamente definido e gravado. Cabe também aos assistentes de cenário tarefas como a se buscar itens específicos, o que abrange de objetos raros ou obras de arte (quadros e esculturas) até arranjos florais e simulacros de comidas e/ou bebidas. A supervisão da montagem de um cenário é sempre responsabilidade do cenógrafo, o qual deve atentar para questões como qualidade, segurança e cumprimento de cronogramas, além de readequações e reparos que se façam necessários (ESQUIVEL, 1977).

Com a confirmação realizada pela pré-produção – incluindo cronograma e orçamento, assim como projeto e montagem cenográfica –, a etapa de produção contém as atividades a serem gravadas e televisionadas propriamente ditas. Nela estão envolvidos diversos equipamentos, assim como a equipe técnica que irá operar os instrumentos (*cameramen* ou operadores de câmera, iluminadores, sonoplastas, assistentes, etc.). A gravação de vídeo é feita pela câmera, na qual, se digital, a luz passa pelas lentes – e depois pelo diafragma e obturador – para então ser captada por um sensor eletrônico, fazendo com que os dados captados sejam armazenados em memória digital. As câmeras profissionais modernas possuem três controles de lente – *íris*, *zoom* e *foco*¹¹ –, embora possam existir outros comandos que funcionam automaticamente ou não, como: exposição, luminosidade e contraste (MOLCHINA, 2012).

FIGURA 05



O tamanho da imagem é determinado pela distância entre a câmera e o objeto, assim como pelo tipo de lente utilizada na filmagem. Segundo Gage et Meyer (1991), é importante lembrar que tanto o objeto que está sendo filmado como a câmera poderão estar em pleno movimento durante uma tomada. É por isto que uma cena poder ser composta por apenas um ou vários dos planos possíveis da linguagem televisiva (Figura 05), tomando a figura

humana como referência básica, os quais são: [1] *Plano Geral* (PG), que abrange uma área onde se desenvolve a ação, geralmente extensa e repleto de detalhes e na qual o cenário ou locação predomina sobre as personagens; [2] *Plano de Conjunto* (PC), que é obtido ao se “fechar” a tomada do plano geral para maior clareza nos pormenores da ação e o cenário começa a assumir o papel de pano de fundo; [3] *Plano Americano* (PA), que é aquele que “corta” a figura humana à altura dos joelhos – assim designado devido à sua grande popularidade entre os diretores de Hollywood CA (EUA) entre os anos 1930 e 1940 –, sendo ideal para diálogos de perfil, quando o cenário começa a sair de cena; [4] *Plano Médio* (PM), que fornece uma distância média do indivíduo, o qual é enquadrado da cintura para cima – e o cenário resume-se a fragmentos indicadores de um espaço –; [5] *Plano Próximo* (PP), que enquadra o ser humano da metade do tórax para cima, tornando-o centro da atenção do espectador – e a cenografia reduz-se à luz, maquiagem e adereços –; e, por fim, [6] *Primeiríssimo Plano* (PPP) ou simplesmente *Close-up*, que é aproximação até os ombros e a cabeça do indivíduo, praticamente eliminando o cenário¹².

¹¹ A *íris* controla a quantidade de luz que passa através das lentes, sendo definida pela letra “f” seguida do símbolo “/” e de um número. Quanto maior o número, menor é a abertura e, conseqüentemente, passa menos luz. Já *zoom* permite o ajuste da distância focal da imagem. Logo, a distância pode ser diminuída com um *zoom in* ou aumentada com um *zoom out*. Por fim, o *foco* controla a nitidez a certo elemento da câmera, permitindo que um objeto continue em foco mesmo com mudanças de *zoom*; ou que fique mais nítido em relação a outros (MOLCHINA, 2012).

¹² Há ainda o chamado *Superclose*, que mostra a cabeça do indivíduo dominando praticamente toda a tela e que é utilizado para revelar as características da personagem com mais força e intensidade dramática. Por sua vez, denomina-se *Plano de Detalhe* (PD) aquele que enquadra somente os detalhes da personagem ou do cenário que vão valorizar a seqüência normal de um filme. Como, por exemplo, os olhos do ator, um anel em seu dedo, a fumaça do seu cigarro ou a etiqueta de seu jeans (GAGE et MEYER, 1991).

Um elemento fundamental refere-se à iluminação. Ainda segundo Molchina (2012), a câmera de gravação deve apresentar cenas iluminadas de forma apropriada, levando em consideração os níveis de luz, contraste e temperatura. Os olhos possuem a capacidade de “lembrar” as cores que cada objeto deveria ter, mesmo em condições de variação de temperatura, mas quando se procura manter a cor original nessas condições, é preciso fazer o uso de filtros ou materiais adequados para cada tipo de iluminação. Assim, para produções de vídeo, os níveis de temperatura devem estar em torno de 2.000K a 8.000K, o que significa a opção por luzes e filtros para a luz prevalecente, por exemplo, um filtro de valor x para gravações ao ar livre em dias ensolarados. Como as luzes televisivas são mais potentes dos que as lâmpadas incandescentes normais, locais usados para gravação que não estão adaptados para o uso televisivo apresentam grandes problemas.

Basicamente, existem dois tipos de dispositivo de iluminação usado na produção televisiva: o *spotlight* e o *floodlight*. O primeiro possui um campo de feixe de luz direta e uniforme, que pode ser ajustada de mais definida para mais suave, mas mantendo a continuidade direcional. O modelo mais usado nos estúdios televisivos é o *Fresnel Spotlight* (Figura 06), por ser leve, flexível e com alto rendimento. Este tipo de *spotlight* utiliza lentes de vidro que consistem em concêntricos “degraus” em sua superfície e formam a luz em forma de feixe suavizado¹³. Na figura, é possível comparar os cortes de uma lente *Fresnel Spotlight* [1] e de uma lente convexa convencional [2].

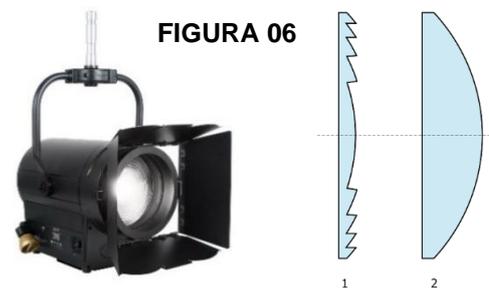


FIGURA 07



Quanto ao *floodlight*, conforme Molchina (2012), existem três tipos básicos: o *scoop*, o qual é usado na forma mais geral de iluminação; o de luz suave e ampla, que produz luz extremamente difusa e é usado para transição lenta para o escuro; e o *floodlight* fluorescente (Figura 07), que é usado para iluminar grandes áreas e não esquenta como a luz incandescente.

Denomina-se *scrims* (Figura 08) as telas difusoras de arame que são empregadas para suavizar as luzes e reduzir a sua intensidade, sendo colocadas em lâmpadas. Podem ser usados mais de um *scrim* para a mesma lâmpada de modo a intensificar seu efeito. Para isto, também existem diferentes tipos de *scrims*, os quais possuem com espessuras diferentes (INMAN et SMITH, 2006).

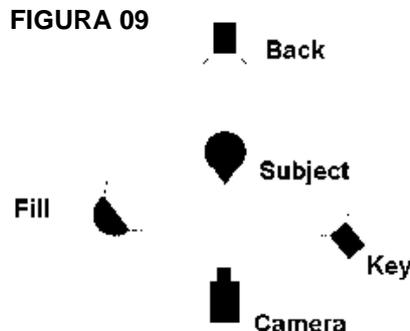
FIGURA 08



Há dois objetivos fundamentais quando se trata da iluminação televisiva: a obtenção de luz suficiente e a sua utilização para formar e definir objetos em cena. Antes de sua aplicação, de

¹³ Outro tipo de *spotlight* é o elipsoidal, que produz feixes de luz intensos e nítidos. Tal dispositivo é usado na maioria das vezes para efeitos especiais, produzindo uma luz bem mais intensa do que a do *Fresnel Spotlight* (MOLCHINA, 2012).

acordo com Inman *et* Smith (2006), é feito um experimento por meio de diagramas, os quais podem indicar problemas previamente. A forma mais comum destes diagramas é a de *stage front* em vez de iluminar para posições específicas de câmera. Este é o modo muito útil de antecipar problemas como falhas nas sombras, uma vez que facilita a visualização de onde elas vão surgir.



A técnica mais simples de iluminação denomina-se *Three Point Lighting*, sendo feita para a situação em que uma câmera grava um determinado objeto. Nela, este é posicionado longe de paredes e planos de fundo para evitar sombras, enquanto a câmera é colocada de frente para ele e o plano de fundo (Figura 09). Nesta situação, a primeira luz a ser posicionada é geralmente a *key light*, a qual é posta ao

lado da câmera para iluminar o objeto de forma angulada. Já a *back light* é colocada atrás do objeto, no alinhamento da câmera, com o objetivo de formar uma delimitação sutil dele. Quando esta luz é muito intensa, podem ser utilizadas telas para a sua difusão. Por fim, a *fill light* é posicionada do outro lado da câmera, devendo ser suave e não produzir sombras fortes, podendo ser assim utilizados *scrims* para redução de intensidade (INMAN *et* SMITH, 2006; MOLCHINA, 2012).

6 MATERIAIS E MÉTODOS

Esta pesquisa em iniciação tecnológica e inovação foi desenvolvida por meio de revisão *web* e bibliográfica, procurando identificar o caráter conceitual, histórico e técnico da cenografia em tv e vídeo. Buscou-se principalmente uma introdução ao tema de cenotecnia televisiva, fazendo-se um panorama geral e caracterizando-se esse meio de propagação técnica e artística. Em suma, a metodologia de pesquisa seguiu as seguintes etapas:

a) Revisão Bibliográfica e Coleta de Dados:

Esta etapa baseou-se na pesquisa *web* e bibliográfica, que consistiu na seleção e coleta de fontes relacionadas às principais questões sobre cenografia televisiva, sua evolução e características.

b) Seleção e Descrição de Obras:

Esta etapa envolveu a identificação e descrição de 03 (três) espaços cênicos televisivos, os quais possuísem materiais e informações suficientes para pesquisa e análise, seja em meios bibliográficos como eletrônicos.

c) Análise e Avaliação dos Casos:

Optou-se em escolher como casos de estudo os cenários de seriados televisivos norte-americanos realizados em períodos sucessivos, a saber: *Friends* (1994/2004), *The Office* (2005/2010) e *Mad Men* (2007/2015), os quais haviam sido exibidos internacionalmente e recebido premiações distintas.

d) Conclusão e Redação Final:

O fechamento desta pesquisa deu-se através da elaboração deste *Relatório Final de Pesquisa*, além de material expositivo por ocasião do EVENTO DE INICIAÇÃO TECNOLÓGICA E INOVAÇÃO – EINTI da UFPR, previsto para acontecer em outubro de 2020, mas adiado devido à pandemia.

7 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir da pesquisa realizada foi possível observar que a cenotecnia aplicada à televisão apresenta-se de formas variadas, uma vez que sobre ela incidem diversos fatores, os quais abrangem desde a categoria de programa e roteiro até tecnologia e recursos disponíveis. Pode-se assim dizer que ela está em constante processo de evolução. Conforme surgem novas tecnologias, meios de comunicação e gêneros televisivos, a cenografia, de caráter essencialmente adaptativo, procura atender as demandas que vão aparecendo. De modo a ilustrar tal evolução cênica na tv, foram escolhidos 03 (três) seriados como estudos de caso, os quais são enquadrados em que Orza (2002) denomina de *Discurso Ficcional* – ou ainda no que Mazziotti (2002) classifica como *Cenários de Entretenimento/Ficção*. Além deste gênero comum, como critérios de seleção, adotou-se o fato de serem programas televisivos norte-americanos que retratassem épocas distintas, assim como tenham sido produzidos em períodos sucessivos, haviam sido exibidos internacionalmente e recebido premiações distintas.

ESTUDO DE CASO I

MAD MEN

Matthew Weiner (Criação) | Dan Bishop (*Design* de Produção)
Ambientação Cênica: Anos 1950/60 – EUA



FIGURA 10

Ficha Técnica:

Concepção: Matthew Weiner

Produção (Local): Scott Hombacher *et al.*, Weiner Bros. Productions (Los Angeles CA)

Direção de Arte | Cenografia: Robert Shaw (Episódio-Piloto) e Dan Bishop (Demais Episódios) | Amy Wells e Claudette Didul

Distribuição (Canal TV): Lionsgate Television & Home Entertainment (AMC, EUA)

Número de Temporadas | Episódios (Período de Exibição): Sete | 92 (2007/2015)



FIGURA 11

*Mad Men*¹⁴ (Figura 10) foi uma série norte-americana criada por Matthew Weiner (1965-), que também a produziu em conjunto a Scott Hombacher, Janet Leahy, Andre Jacquemetton e Maria Jacquemetton pela *Weiner Bros. Productions*, sediada em Los Angeles CA (EUA). Distribuída mundialmente pela *Lionsgate Television & Home Entertainment*, foi ao ar pela primeira vez em 19 de julho de 2007 e teve seu fim em 17 de maio de 2015, totalizando sete temporadas (92 episódios). Durante seu período de exibição, recebeu a aclamação da

crítica, sobretudo por sua autenticidade histórica, estilo visual, *design* de vestuário e atuações, além de roteiro e direção, tendo vencido numerosas premiações, entre as quais quinze *Prêmios Emmy* e quatro *Globos de Ouro* (IMDb, 2020a).

A série passava-se na década de 1960 em Nova York e girava em torno dos personagens que trabalham na agência de publicidade *Sterling Cooper*, tendo como pano de fundo as mudanças sociais que aconteceram nos EUA da época (AMC, 2020). O foco da série era o personagem Don Draper – interpretado

¹⁴ De acordo com o episódio-piloto, a expressão *Mad Men* – que literalmente remete ao significado em inglês de “Homens Loucos” – foi uma gíria cunhada na década de 1960 pelos anunciantes que trabalhavam na *Madison Avenue*, em Nova York (EUA), para se referirem a si mesmos, possivelmente inspirada nos escritos de James Kelly, que foi um executivo e escritor de publicidade no final dos anos 1950 (FRANK, 2013).

pelo ator Jon Hamm (1971-) –; diretor de criação da *Sterling Cooper*, bem como as pessoas que fazem parte de seu círculo social, seus dramas pessoais e profissionais (Figura 11).

De acordo com Feld, Oppenheimer et Stasukevich (2008), enquanto o piloto foi filmado nos *Silver Studios* – que é a maior unidade produtora de cinema e tv de Nova York, funcionando desde 1983 e composta por treze estúdios situados no bairro do Queens (Long Island City) – e em diversos locais novaiorquinos, os episódios seguintes foram realizados nos *Los Angeles Center Studio*; localizado no distrito de Westlake, em Los Angeles CA; e que funciona desde 1999 no antigo prédio do *Unocal Center* – projetado pelo arquiteto William Pereira e inaugurado como *Union Oil Center* em abril de 1958. Durante a fase de pré-produção, os roteiristas – entre os quais o próprio Weiner – compilaram volumes de pesquisas sobre o período no qual *Mad Men* se passaria, de modo a garantir a precisão histórica da maior parte dos aspectos da série, incluindo os cenários, figurinos e acessórios, produzindo um estilo visual autêntico que conquistou elogios da crítica. Cada episódio tinha um orçamento que variava de 2 a 2,5 milhões de dólares, embora o episódio-piloto tenha ultrapassado a marca de 3 milhões (STEINBERG, 2007; SCHWARTZ, 2008).



FIGURA 12



FIGURA 13

Os cenários que representam os escritórios da agência *Sterling Cooper* foram concebidos no *International Style* (“Estilo Internacional”), seguindo o *layout* dos chamados *landscape offices* (“escritórios-paisagem”), nos quais os espaços de trabalho individual (*workspaces*) são separadas por divisórias leves de meia-altura (Figuras 12 e 13). Tal disposição foi típica entre os anos 1950 e 1960, permitindo ampla visão dos locais em planta livre e neutra, que caracterizavam os altos arranha-céus em vidro e aço (Figura 14) que se erguiam pela *Park Avenue* e em outros locais das metrópoles norte-americanas após a *Segunda Guerra Mundial* (1939/45). Difundida a partir das experiências do arquiteto alemão Mies van der Rohe (1886-1969) nos EUA, esta solução espacial permitia maior flexibilidade de arranjo dos elementos arquitetônicos e mobiliário (CASTELNOU, 2015)

FIGURA 14



FIGURA 15

Conforme Razzi (2010), o *designer* de produção Dan Bishop ganhou quatro prêmios do *Art Director's Guild* pelo seu trabalho na série. Buscando desenvolver um estilo visual que fosse "mais influenciado pelo cinema que pela tv" (FELD, OPPENHEIMER et STASUKEVICH, 2008), ele afirmou que sempre procurava o realismo nos cenários (*sets*), evitando a escolha de mobiliários famosos da época e usando exemplos menos conhecidos – como as poltronas criadas em 1951 pelo dinamarquês Peter Hvidt (1916-86), presentes na sala de Don Draper (Figura 15) – ou sem assinatura de *designers* renomados. Para ele, o segredo da cenografia da série estava na composição dos elementos em harmonia com cores e luzes¹⁵.

¹⁵ Alan Taylor – experiente diretor de *The Sopranos* – dirigiu o piloto de *Mad Men* e acabou definindo o tom visual da série. Para transmitir um "ar de mistério" em torno de Don Draper, Taylor procurou filmá-lo de costas; ou deixá-lo parcialmente obscuro no enquadramento. Diversas das cenas que se passavam na *Sterling Cooper* foram filmadas abaixo da linha do olhar, de modo a incorporar os tetos na composição do quadro; isto serviria para refletir a fotografia, o desenho gráfico e a arquitetura do período. Ele acreditava que nem

Basicamente, a planta cênica da agência (Figuras 16 e 17) consistia na locação dos escritórios privados na área periférica, enquanto seu centro era ocupado pela zona comum para as secretárias, sendo todo o recinto iluminado por luminárias embutidas em forro rebaixado. Como complemento à cenografia, a fotografia ambientava o telespectador ao local e período em que a trama se passava. Assim, através de cenas externas que destacam a cidade de Nova York com seus grandes arranha-céus – ou por meio de *c/oses* em objetos do cotidiano e costumes –, foram explorados todos os tipos de planos de enquadramento para a execução do seriado, inclusive a fim de se escolher aquele que mais poderia se conectar com as emoções que desejavam ser transmitidas em cada cena. Ademais, outra cenotécnica muito explorada foi a da iluminação. Em quase sua totalidade, o seriado apresenta uma atmosfera de luz baixa e amarelada, com certa granulação para dar autenticidade à época que procura retratar. O rosto dos personagens é geralmente iluminado em um dos lados, o que produz o clima dramático (FILLER, 2010; HICKEY, 2011).

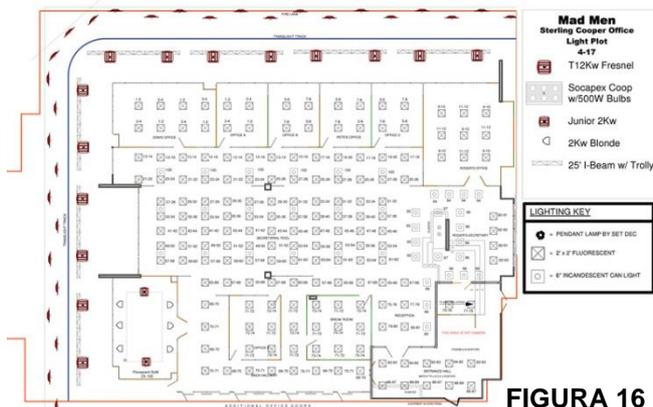


FIGURA 16



FIGURA 17

Em sua concepção geral, a série trouxe diversos fenômenos presentes no *american way-of-life* dos anos 1950 e 1960, entre os quais o adultério, a homofobia, a misoginia e o alcoolismo (STANLEY, 2007), com destaque para o machismo que predominava no ambiente de trabalho e a narrativa de estereótipos femininos, os quais eram amplamente retratados nas propagandas veiculadas pela mídia impressa e televisiva de até então¹⁶. Desta forma, o enquadramento da câmera também se tornou instrumento para autenticar a masculinidade no seriado: as imagens eram enquadradas em plano próximo, de modo a darem ênfase na largura dos ombros e no olhar distante, sugerindo a pose de segurança, mas preparada para agir. Este foi um dos modelos alcançados para a construção da imagem viril em narrativas midiáticas (SANTOS, 2019).

ESTUDO DE CASO II

FRIENDS

Crane & Kauffman (Criação) | John Shaffner (*Design de Produção*)

Ambientação Cênica: Anos 1980/90 – EUA

F.R.I.E.N.D.S

Ficha Técnica:

Concepção: David Crane | Martha Kauffman

Produção (Local): Kevin S. Bright *et al.*, Warner Bros. Studios (Burbank CA)

Direção de Arte | Cenografia: John Shaffner (Episódio-Piloto e 77 Episódios) e Joe Stewart (164 Episódios) | Greg J. Grande

Distribuição (Canal TV): Warner Bros. Television (NBC, EUA)

Número de Temporadas | Episódios (Período de Exibição): Dez | 236 (1994/2004)

Elenco principal: Jennifer Aniston (1969-), Courteney Cox (1964-), Lisa Kudrow (1963-), Matt LeBlanc (1967-), Matthew Perry (1969-) e David Schwimmer (1966-)

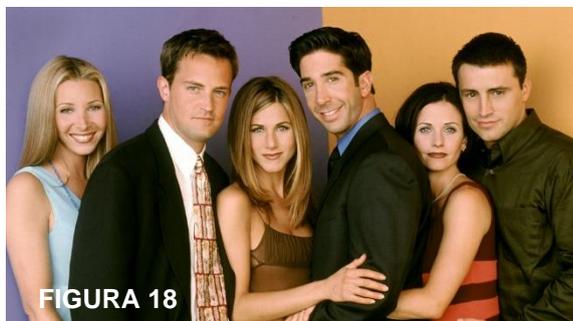


FIGURA 18

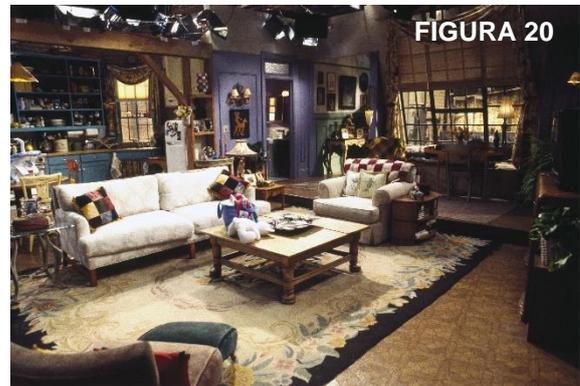
steadicams – estabilizadores de câmeras – nem câmeras portáteis seriam apropriadas para a "gramática visual da época; e aquela estética não combinava com a [sua] abordagem clássica". Devido a isto, os cenários foram projetados para o uso de *travelling*, ou seja, câmeras movidas ao longo de trilhos (FELD, OPPENHEIMER *et* STASUKEVICH, 2008).

¹⁶Citando assuntos polêmicos do passado que serviram de pretexto para a discussão contemporânea, *Mad Men* também tocou em temas como alienação, crueldade, mobilidade social, racismo e, especialmente, tabagismo – o qual podia ser considerado outro protagonista de destaque do seriado, devido à sua frequente presença nas cenas, embora todos os personagens, devido a rigorosas leis na Califórnia que não permitem atores fumarem em seu ambiente de trabalho, usaram apenas cigarros herbais (DENHART, 2009).

Criada por David Crane (1957-) e Marta Kauffman (1956-) em associação com a *Warner Bros. Television*, a série *Friends* (Figura 18) foi uma *sitcom* norte-americana que teve sua estreia na emissora televisiva NBC em 22 de setembro de 1994 e acabou em 06 de maio 2004, com um total de dez temporadas (236 episódios). O seriado girava em torno da vida de seis jovens adultos que viviam em Nova York entre as décadas de 1980 e 1990: Rachel Green, Phoebe Buffay, Chandler Bing, Joey Tribbiani e os irmãos Monica e Ross Geller. Alcançando amplo sucesso de público e crítica, o programa arrecadou seis *Prêmios Emmy* – incluindo um na categoria “Melhor Série de Comédia” –, um *Globo de Ouro*, dois *SAG Awards* e outros 56 prêmios com 152 nomeações. Transmitido em dezenas de países, as reprises de seus episódios continuam com boas audiências em todo o mundo (IMDb, 2020b).

Apesar de ambientada em Nova York, segundo Medd (2019), a série foi gravada em sua maior parte no rancho californiano da *Warner Brothers* situado em Burbank; uma cidade do Condado de Los Angeles que reúne atividades da indústria cinematográfica e televisiva dos EUA, destacando-se, além dos *Warner Bros. Studios*, as instalações dos estúdios da *Walt Disney*. As filmagens da primeira temporada de *Friends* ocorreram no *Stage 5* e as demais no *Stage 24*¹⁷. Predominantemente com locações internas, o produtor Kevin S. Bright (1954-) chegou a afirmar ao *The Boston Globe* que gravações externas tornariam o programa menos engraçado. Portanto, mesmo algumas cenas que são ambientadas em locais externos – como a da quadra do episódio *The One with the Football* e a da fonte na abertura da série –, foram gravadas dentro do estúdio.

Oficialmente, o endereço do edifício em que viviam os “amigos” era *90 Bedford Street*, situado na esquina com a *Groove Street*, no bairro novaiorquino do Greenwich Village – e o prédio realmente existe. Entretanto, como praticamente todas as cenas da série ocorreram internamente, os principais cenários que aparecem são os do *Apartament 19*, que pertenciam a Chandler e Joey (Figura 19); do *Apartament 20*, onde morava Monica (Figura 20); e da cafeteria *Central Perk* (Figura 21), na qual ocorreram diversos episódios. O *designer* de produção John Shaffner afirmou que criou a planta cênica com todos as portas dos cômodos dando para o cômodo principal – a sala –, em ambos os apartamentos, pois seria incoerente ter um corredor em que as portas estariam fora do campo de visão das câmeras em uma *sitcom*. Ele também organizou os sanitários de forma a ficarem do lado oposto ao quarto, de modo que toda vez que um personagem fosse utilizar o banheiro tivesse que necessariamente atravessar a sala¹⁸ (Figuras 22 e 23) (HARRISON, 2019).



¹⁷As filmagens do seriado *Friends* começaram durante o verão, em julho de 1994, na frente de uma plateia ao vivo, a qual recebeu uma visão geral da série para se familiarizar com os seis personagens principais. Um funcionário comediante entretinha o público do estúdio n. 5 entre as tomadas. Cada episódio de 22 minutos levava cerca de seis horas para filmar, ou seja, o dobro da duração da maioria das comédias, principalmente devido a várias reprises e reescritos do roteiro. No início da segunda temporada, a produção mudou-se para o estúdio n. 24, muito maior que o anterior, sendo depois rebatizado *The Friends Stage* com o término do seriado em 2004. O final da quarta temporada foi filmado em Londres, devido à popularidade do programa no Reino Unido. As cenas foram gravadas em um estúdio com três audiências, cada uma composta por 500 pessoas. Esses foram os maiores públicos da série ao longo de sua carreira. Embora o final da quinta temporada seja ambientado em Las Vegas, foi filmado nos estúdios da *Warner Bros* (LAUER, 2004).

¹⁸O site *Hooked on Houses* (2014) destacou algumas curiosidades sobre os cenários de *Friends*, como o fato de que o apartamento de Monica, supostamente com dois quartos e um banheiro, aparentava ter cerca de 1.500 pés-quadrados de área. Hoje em dia, isto custaria de 7.000 a 8.000 por mês para morar em um apartamento do *West Village* desse tamanho. Além disto, na primeira temporada, Monica vivia no apartamento número 5 – e os amigos Chandler e Joey no 4 –, porém, mais tarde, foi alterado para 20 e 19 para refletir o fato que moravam em um andar mais alto.

FIGURA 22



FIGURA 23

O cenógrafo (*set designer*) que trabalhou em todos os cenários de *Friends* foi Greg J. Grande, o qual alegou ter se inspirado, no caso do apartamento de Monica, em tudo que fosse eclético e lembrasse o estilo de mercado de pulgas, extravagante e onde vale tudo. Nos primeiros episódios, havia uma travessa de escoramento de viga entre a cozinha e a sala de estar que, mais tarde, desapareceu. A mistura entre tipos de cadeiras ao redor da mesa da cozinha também foi mudando ao longo das temporadas. O objetivo do poster que havia atrás do aparelho de televisão era esconder um buraco na parede pela qual as câmeras filmavam. As portas do quarto e da entrada de visitas eram falsas, sendo que o espaço cênico da *Central Perk Coffee Shop* ficava do outro lado da parede. Os cenários dos dormitórios eram montados apenas quando necessários e o *layout* do banheiro às vezes era alterado entre os episódios. Por fim, um dos itens cênicos mais famosos da série foi a peculiar moldura dourada na porta roxa de Monica, que originalmente era um espelho, mas quebrou e passou a ser usada ao redor do olho mágico¹⁹ (HOOKED ON HOUSES, 2014).



FIGURA 24

Embora o apartamento de Monica tenha sido o mais icônico, aquele dos rapazes também foi responsável por episódios hilários, tendo sido proposto para ser um lugar divertido de se estar. Segundo Kinane (2019), os itens de cenário mais memoráveis foram o móvel chamado *Barcalounger*, um sofá com formato de barco; e a mesa de pebolim ou “totó” que os amigos adquirem quando a mesa da cozinha quebra, na primeira temporada. Outro item inesquecível foi o *Etch-A-Sketch*; uma pequena lousa pendurada na parte de trás da porta de entrada do apartamento, o qual era decorado com desenhos engraçados ou mensagens urgentes de Chandler para Joey e vice-versa, os quais nunca se repetiram. Com

relação à cenografia da cafeteria (Figura 24), Grande chega a afirmar que se tratava da sétima personagem principal da *sitcom*. No início, a rua em seus arredores era apenas um painel de fundo pintado, o que mudou quando as gravações passaram ao *Stage 24* e se começou a filmar o movimento real na rua. O famoso sofá de veludo laranja foi retirado do porão dos *Warner Bros. Studios*, tornando-se o principal elemento fixo, já que as decorações nas paredes, obras de arte, flores e até mobília, estavam sempre mudando – em geral, a cada três ou quatro episódio –, inclusive os letreiros do quadro-negro ao fundo.

Friends está enquadrada como uma *sitcom* de formato *multi-cam* porque o programa foi gravado em um palco ao vivo e em frente a uma plateia, o que ocorre geralmente acompanhado de uma *track* de gargalhadas.

¹⁹Não se pode deixar de citar o “cômodo” que praticamente ficou oculto durante toda a série. Era, na verdade, um armário, o qual Chandler arromba na oitava temporada, quando ele já dividia o apartamento com Monica. Era nele que ela guardava toda a bagunça e tinha preguiça de arrumar – e vergonha de assumir. No episódio “Aquele com o armário secreto”, a porta trancada onde Monica supostamente escondia todo o seu lixo levava, na verdade, à área nos bastidores. Em um de seus muitos *hobbies*, Joey virou marceneiro e construiu uma estante para a TV no quinto capítulo do terceiro ano. O móvel era tão desproporcional e malfeito que, quando o apartamento foi roubado na quarta temporada, foi um dos dois únicos objetos que os ladrões não levaram. O outro foi a estátua de cachorro, a qual Joey comprou quando ficou “rico” ao atuar na série *Days of Our Lives*, no segundo ano. Ele acabou dando-a de presente a Chandler quando deixam de morar juntos, no sexto ano. Monica não quis saber do presente e exilou-o no terraço (NADALE, 2018).

ESTUDO DE CASO III

THE OFFICE

Gervais & Merchant (Criação) | Matt Flynn (Design de Produção)
Ambientação Cênica: Anos 2000/10 – EUA



FIGURA 26

Ficha Técnica:

Concepção: Greg Daniels | Ricky Gervais & Stephen Merchant
 Produção (Local): Ben Silverman *et al.* | *Deedle-Dee Productions, 3 Arts Entertainment & Reveille Productions* | *NBC Universal Television Studio* (Los Angeles CA)

Direção de Arte | Cenografia: Donald Lee Harris (06 Episódios, 2005), Michael G. Gallenberg (46 Episódios, 2005/11), Matt Flynn (50 Episódios, 2008/13), Yvonne Garnier-Hackl (09 Episódios, 2013) | Steve Rostine

Distribuição (Canal TV): *The National Broadcasting Company* (NBC)

Número de Temporadas | Episódios (Período de Exibição): Nove | 201 (2005/13)

Elenco principal: Steve Carell (1962-), Rainn Wilson (1966-), John Krasinski (1979-) e Jenna Fischer (1974-)

The Office ou *Vida de Escritório* (Figura 25) era uma série televisiva britânica criada por Rick Gervais (1961-) e Stephen Merchant (1974-), a qual foi adaptada para versão norte-americana por Greg Daniels (1965-). Ela teve sua estreia na emissora televisiva NBC em 24 de março de 2005, totalizando nove temporadas (201 episódios) e encerrando em 16 de maio de 2013 (IDMb, 2020c). A *sitcom* tinha o formato de um *mockumentary* ("pseudodocumentário"), o qual acompanhava o dia-a-dia da sede de uma empresa de papel situada em Scranton PA

(EUA); filial da fictícia *Dunder Mifflin Paper Company*. As gravações ocorreram, em sua maioria, nos *Chandler Valley Center Studios* (Figura 26), situados em Los Angeles CA (GLOBAL FILM LOCATIONS, 2018).

Depois do episódio de estreia norte-americano, que foi uma adaptação direta do episódio-piloto da série britânica original, os escritores passaram algum tempo pesquisando o cotidiano em escritórios, o que já havia sido feito em outros seriados televisivos (BOOTH, 20-05). Para passar o efeito de falso documentário²⁰, foram utilizados elementos como luz, som e estúdio, porém, o destaque foi o uso da câmera e sua estruturação em cena, a qual permitiu o entendimento da ação. *The Office* faz parte de um conjunto de *sitcoms* que surgiram nos anos 2000 com base em iniciativas mais experimentais e inovadoras, especialmente o emprego da *single camera*; modelo que filma várias vezes a mesma cena focando em personagens diferentes sob diversos ângulos (SAVORELLI, 2010; *apud* SILVA *et* FONTENELE, 2016).

Devido ao seu estilo peculiar, foram utilizados para a gravação os planos médio e próximo, buscando passar a ação documentária, de modo diferente que *Mad Men*, cuja imagem a ser passada era a da masculinidade, assim como da veracidade das ações. Outra particularidade de *The Office* está no fato de suas personagens também se voltarem sempre à câmera, como se estivessem em uma entrevista, o que também contribui para o aspecto



FIGURA 27

²⁰ De forma inusitada, a presença da câmera é reconhecida por todos os personagens, especialmente Michael Scott (Steve Carell), que participa com entusiasmo das filmagens. Outros mostram-se frequentemente incomodados ou desconfortáveis com sua presença. As histórias do programa são intercaladas por entrevistas "confessionais" realizadas individualmente, onde os personagens conversam com a equipe sobre os eventos mostrados. Ocasionalmente duas pessoas dividem uma entrevista, conversando um com o outro e com a câmera ao mesmo tempo. Isto ocorre principalmente entre Jim (John Krasinski) e Pam (Jenna Fischer). Por sua vez, Dwight (Rainn Wilson) frequentemente interrompe as entrevistas de Michael, pois permanece perto dele sempre que a filmagem começa. Em outras ocasiões, personagens utilizam-se da presença da câmera em proveito próprio, enquanto em outras ela aparentemente afeta o enredo, interrompendo conversas privadas ou providenciando ajuda quando necessário (BOOTH, 2005).

documental e participativo do seriado (Figura 27). Outro ponto a destacar foi o amplo merchandising usado no programa, que frequentemente citava marcas e mostrava produtos comerciais. Houve até a locação em estabelecimentos reais – como os restaurantes de chili usados para filmar episódios como *The Dundies* e *The Client* –, pois os escritores acreditavam que eram opções realistas para uma festa da empresa e um almoço de negócios. A *Apple Inc.* chegou a receber mais de quatro minutos de publicidade do *iPod* quando este foi usado como um presente muito desejado em cena de *Festa de Natal*, assim como o site de viagens *TripAdvisor.com* foi destaque durante a quarta temporada.

Os cenários de *The Office* também se diferenciam de *Mad Men* por abandonarem o moderno *layout* em *landscape office*; típico da segunda metade do século passado. Desta vez, reproduzem o ambiente de um escritório contemporâneo, no qual se preservam as individualidades dos postos e espaços de trabalho. Assim, vale a pena destacar a presença de objetos de caráter pessoal dos personagens, como ovos de páscoa, retratos de familiares ou um pote de chili, além da bola de exercício de Dwight e garrafas de cerveja embaixo da mesa de Meredith (*Kate Fanery*). Esta inclusão cenográfica de cunho subjetivo aproxima o seriado da proposta de *Friends* que, bem ao gosto pós-moderno, aposta em personalidades distintas – e bastante realistas²¹ – em detrimento de um ideal de universalidade e impessoalidade, o que era mais frequente no *International Style*. Seja na organização espacial mais fragmentada como na decoração repleta de particularidades, a cenografia de *The Office* busca maior proximidade entre público e personagens, tornando-se assim mais “humanizada” (Figuras 29 e 30).



FIGURA 28

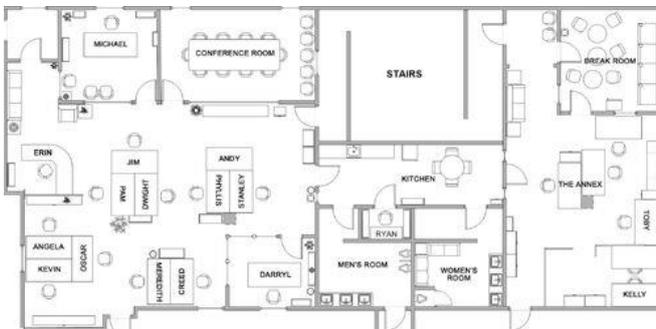


FIGURA 29



FIGURA 30

8 CONCLUSÃO

Com o desenvolvimento desta pesquisa, foi possível constatar que tanto a cenotecnia quanto a cenografia são áreas em constante transformação sobretudo no âmbito televisivo, pois dependem não somente do surgimento de novos gêneros, os quais exigem adaptações cênicas e tecnológicas frequentes, como também fazem com que os profissionais envolvidos busquem uma atualização constante do conhecimento em prol dessas novas possibilidades. Assim como em outras áreas, a

²¹ Centralizada na figura de um diretor de conduta *non sense*, com posturas e comentários politicamente incorretos, a equipe de *The Office* reunia personagens com temperamentos opostos e até conflitantes, como uma mulher tensa e crítica que gosta de manter as coisas em ordem; um homem adorável, mas tolo, que se diverte com o humor juvenil; um indivíduo inteligente e culto, cuja homossexualidade e herança hispânica eram alvo frequente de piadas; uma promíscua representante de relações com fornecedores alcoólicos; uma vendedora tímida e matronal e um vendedor negro e lacônico, que preferia palavras cruzadas ou dormia durante o trabalho; além de outro que tinha uma história criminal misteriosa. Abordando de maneira leve, cômica ou mesmo sarcástica, temas como preconceito, ambição, competição profissional e frustração amorosa, o seriado ganhou vários prêmios, como o *Peabody Award* em 2006, dois *Screen Actors Guild Awards*, um *Golden Globe Award* pela atuação de Carell e quatro *Primetime Emmy Awards*, incluindo o de Melhor Série de Comédia em 2006 (N. autora).

criação de cenários na TV deve considerar todos os elementos da trama, incluindo roteiro, iluminação, sonoplastia e figurino, sendo fundamental o papel do movimento de câmara para se obter os efeitos desejados, sejam de aproximação ou distanciamento emocional. Soma-se a isto os aspectos de luz, enquadramento e dinâmica das personagens em cena.

Os estudos de casos permitiram um enfoque especial quanto à cenotecnia aplicada a seriados televisivos. Como foi observado, a gravação de *sitcoms* pode ser categorizada em *single-cam* ou *multi-cam*, dependendo do estilo de filmagem. Enquanto *Friends* é uma série enquadrada como *multi-cam*, sendo gravada em palco ao vivo – em frente a uma plateia e acompanhada de uma *track* de gargalhadas –, o que a aproxima do ambiente teatral; *Mad Men* e *The Office* podem ser enquadradas como *single-cam*, pois foram produzidas de forma similar a filmes, não apresentando limitação quanto a possibilidades de *sets*, isto é, as locações tinham maior flexibilidade no seu enredo. Entretanto, ambas se diferenciam pelo nível de intimidade visual buscado, uma vez que, no primeiro caso, mantem-se um distanciamento pessoal, conseguido através de enquadramentos amplos, enquanto que em *The Office* o objetivo é a identificação ou intimidade, a qual é reforçada pelo caráter pseudo-documental e uso de planos médios e próximos,

Quanto à situação cênica, embora *Mad Men* e *Friends* sejam ambas ambientadas em Nova York, diferenciam-se em contexto dramático – respectivamente, profissional e doméstico – assim como temporal, já que ocorrem em momentos históricos distintos. Por sua vez, *The Office*, embora ambientada na Filadélfia, assemelha-se a *Mad Men* por também discorrer sobre o dia-a-dia de um espaço de trabalho. Contudo, devido ao seu cunho intimista e descontraído, coloca o seriado mais próximo de *Friends*, inclusive pelos seus traços cenográficos, este voltados à individualização de estilos e personalidades. Assim, pode-se dizer que os três casos analisados apresentam similaridades, tantos em técnicas cênicas quanto de adaptação ao roteiro, mas mantêm elementos que permitiram que cada um deles desenvolvesse identidade e características próprias.

Destaca-se que os programas com audiências nos estúdios, como *Friends*, apresentam o privilégio de terem – e captarem – a energia imediata do público, o que não acontece em cenários “frios”. Outro ponto observado é que, de modo diferente de *Mad Men*, os seriados *Friends* e *The Office* não fizeram uso de iluminação da mesma maneira, uma vez que suas atmosferas eram mais descontraídas – o que geralmente difere ambientes de trabalho de locais domésticos e de lazer –, o que permitiu um emprego menos dramático de luz incidindo sobre as personagens. *The Office*, embora acontecendo, em sua maior parte, dentro de um escritório, procurou aproximar público e programa simulando um clima doméstico e familiar como *Friends*. Buscando humor e leveza, não criou efeitos dramáticos que intensificariam tensões como ocorreu em *Mad Men*.

Por fim, acrescenta-se que *The Office* contou também com o formato de “falso documentário”, que o diferencia bastante de *Friends*. Apesar da sua planta cênica tratar-se de um escritório como a de *Mad Men*, suas dimensões são reduzidas e os objetos em cena buscam uma continuidade do perfil das personagens e não sua distinção, sendo assim sua própria extensão.

9 REFERÊNCIAS

- ABREU, K. C. K, SILVA, R. S. **História e tecnologias da televisão**. Bagé RS: UNIPAMPA. 2012. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/abreu-silva-historiae-tecnologias-da-televisao.pdf>>. Acesso em: 07 out. 2019.
- AMC. **Mad Men**: all episodes and documentaries. Disponível em: <<https://www.amc.com/shows/mad-men>>. Acesso em: 16 maio 2020.
- BERTHOLD, M. **História mundial do teatro**. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- BOOTH, W. *With "Office", NBC goes off the beaten laugh track*. **THE WASHINGTON POST**, 20 Mar. 2005 [On line]. Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20121107162655/http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A47391-2005Mar18.html>>. Acesso em: 02 jun. 2020.
- CARDOSO, J. B. F. *A cenografia televisiva seu estilo e estrutura*. **IMES: Comunicação**, São Caetano do Sul SP, v. 11, n. 2, jun. 2001. p.38-45.
- _____. **Cenário televisivo**: linguagens múltiplas fragmentadas. São Paulo: FAPESP, 2009.
- CENTRO TÉCNICO TCA. **Tapadeiras** (2014). Disponível em: <<http://centrotecnicotca.blog.br/wp-content/uploads/2014/11/Tapadeiras.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2020.
- COOK, M.; BASANESE, M. *Four reasons why we'll never see another show like 'Friends'*. **THE CONVERSATION**, 20 Sep. 2019 [On line]. Disponível em: <<https://theconversation.com/4-reasons-why-well-never-see-another-show-like-friends-123411>>. Acesso em: 16 maio 2020.
- COSTA, S.; VALIM, M. **Produção em televisão**: como elaborar um projeto (2002). Disponível em: <<http://www.tudosobretv.com.br/produ/>>. Acesso em: 05 out. 2019.
- DENHART, A. *Mad Men's characters soften difficult themes*. **MSNBC**, 12 Aug. 2009 [On line]. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20110811060552/http://today.msnbc.msn.com/id/32362041/ns/today-entertainment/t/mad-men-characters-soften-difficult-themes/#.Tzr0j_nhdcc>. Acesso em: 16 maio 2020.
- ESQUIVEL, H. *La escenografía en la televisión*. In: GELPI, G.; ESQUIVEL, H. **La escenografía**. México DF: Centro Editor de América Latina, Col. Pueblos, Hombres y Formas em el Arte, 1977. p.65-94.
- FELD, R.; OPPENHEIMER, J.; STASUKEVICH, I. **Cinematographers from three top series (Mad Men, Desperate Housewives and Bones) reveal their secrets** (2008). Disponível em: <https://theasc.com/ac_magazine/March2008/Television/page1.html#>. Acesso em: 16 maio 2020.
- FILLER, M. **Designing Mad Men** (2010). Disponível em: <<https://www.nybooks.com/daily/2010/07/29/designing-mad-men/>>. Acesso em: 16 maio 2020.
- FRANK, T. *Ad absurdum and the conquest of cool: Canned flattery for corporate America*. **SALON**, 22 Dec. 2013 [On line]. Disponível em: <https://www.salon.com/test2/2013/12/22/ad_absurdum_and_the_conquest_of_cool_canned_flattery_for_corporate_america/>. Acesso em: 16 maio 2020.
- GAGE, L. D.; MEYER, C. **O filme publicitário**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- GLOBAL FILM LOCATIONS. **The Office (US) filming locations**, 2018 [On line]. Disponível em: <<https://globalfilmlocations.net/2018/03/03/the-office-us-filming-locations/>>. Acesso em: 25 maio 2020.
- GOMES, B. S. F. de F. *A pintura da cena na TV*. In: **CONGRESSO de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**, 16. João Pessoa RN: INTERCOM, 2014. p. 1-12.
- GUIA ILUSTRADO TV GLOBO. **Novelas e minisséries**: Projeto Memória Globo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.
- HARRISON, O. *Friends' production designer says Monica Geller's apartment would be a very diferente color if the show was made today*. **REFINERY29**, Sep. 2019 [On line]. Disponível em: <<https://www.refinery29.com/en-us/2019/09/8434849/friends-tv-set-designer-john-shaffner-interview>>. Acesso em: 16 maio 2020.
- HICKEY, A. **TV sets**: Mad Men, seasons 1-3 (2011). Disponível em: <<https://artdepartmental.com/blog/tv-sets-mad-men-seasons-1-3/>>. Acesso em: 16 maio 2020.
- HOOCKED ON HOUSES. **25 things you didn't know about the sets on 'Friends'**, 19 May. 2014 [On line]. Disponível em: <<https://hookedonhouses.net/2014/05/19/25-things-you-didnt-know-about-the-sets-on-friends/>>. Acesso em: 16 maio 2020.
- IMDb. **Friends** – Full cast & crew. Disponível em: <<https://www.imdb.com/title/tt0108778/fullcredits>>. Acesso em: 16 maio 2020b.
- _____. **Mad Men: Inventando verdades** – Full cast & crew. Disponível em: <<https://www.imdb.com/title/tt0804503/fullcredits>>. Acesso em: 16 maio 2020a.
- _____. **The Office: Vida de escritório** – Full cast & crew. Disponível em: <<https://www.imdb.com/title/tt0386676/fullcredits>>. Acesso em: 02 jun. 2020.

- INMAN, R. SMITH, G. **Television production handbook** (2006). Disponível em: <<https://tv-handbook.com/Television%20Production%20Handbook%202006.pdf>>. Acesso em: 04 nov. 2019.
- KINANE, R. *The one where the Friends set decorator spills his secrets*. **ENTERTAINMENT**, 03 Sep. 2018 [On line]. Disponível em: <<https://ew.com/tv/2019/09/03/friends-set-decorator-secrets/>>. Acesso em: 16 maio 2020.
- LAUER, M. Friends creators share show's beginnings. **NBC NEWS**, 05 May 2004 [On line]. Disponível em: <<http://www.nbcnews.com/id/4899445#.XsKfx2hKi00>>. Acesso em: 16 maio 2020.
- MANTOVANI, A. **Cenografia**. São Paulo: Ática, 1989.
- MAZZIOTTI, N. *Os gêneros na televisão pública*. In: RINCÓN, O. (Org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. Quito: FES, Proyeto Latinoamericano de Merdios de Comunicación, 2002.
- MEDD, J. *Friends: the only where you realise mosto f it wasn't filmed in New York*. **CN TRAVELLER**, 2019 [On line]. Disponível em: <<https://www.cntraveller.com/gallery/where-is-friends-filmed>>. Acesso em: 16 maio 2020.
- MOLCHINA, E. **Television production: managing the technology**. Riihimäki [Finlândia]: Tese (Doutorado em *Media Technology*), HAMK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, 2012.
- NADALE, M. *Infográfico: como eram os apartamentos de 'Friends'?* **REVISTA SUPERINTERESSANTE**, 04 Jul. 2018 [On line] Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/infografico-como-eram-os-apartamentos-de-friends/>>. Acesso em: 16 maio 2020.
- ORZA, G. F. **Programación televisiva: un modelo de análisis instrumental**. Buenos Aires: La Corujá, 2002.
- RAZZI, E. *'Mad Men' series designer Dan Bishop discusses how he gets the sets so right*. **THE WASHINGTON POST**, 26 Jun. 2020 [On line]. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2010/06/25/AR2010062500196.html?wprss=rss_realestat>. Acewssso em: 16 maio 2020.
- SANTOS, B. V. dos. **Mad (Wo)Men: o gênero no imaginário social da cultura americana**. Maceió: Dissertação (Mestrado em Sociedades, Tecnologias e Políticas Públicas), Centro Universitário Tiradentes, 2019. Disponível em: <http://sotepp.unit.br/wp-content/uploads/2019/08/2019_MAD-WOMEN-o-genero-no-imaginario-social-da-cultura-americana.pdf>. Acesso em: 16 maio 2020.
- SENE, D. L. L. **Fundamentos para um manual de roteiros de arte e cultura na tv**. São Paulo: Dissertação (Mestrado em Comunicação), UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP, 2007.
- SENS, A. L. **O Design televisual e a interatividade: identificando características e potenciais**. Florianópolis: Dissertação (Mestrado em Design e Expressão Gráfica), UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA – UFSC, 2011.
- _____.; PEREIRA, A. T. C. *Design televisual: definições, funções e elementos*. **ESTUDOS EM DESIGN**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 2, 2014. p.1-19. Disponível em: <<https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design>>. Acesso em: 03 out. 2019.
- SCHWARTZ, M. *Mad Men: summer's hidden gem*. **ENTERTAINMENT**, 02 Jun. 2008 [On line]. Disponível em: <<https://ew.com/article/2008/06/02/mad-men-summers-hidden-gem/>>. Acesso em: 16 maio 2020.
- SILVA, M. V. B.; FONTENELE, M. M. *Baseado em fatos irreais: estilo e encenação na sitcom The Office*. **CULTURA MIDIÁTICA**, João Pessoa, v. 17, p. 86-102, jun. 2016. Semestral [On line]. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/cm>>. Acesso em: 25 maio 2020.
- STANLEY, A. *Smoking, drinking, chating and selling*. **THE NEW YORK TIMES**, 19 Jul. 2007 [On line]. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2007/07/19/arts/television/19stan.html>>. Acesso em: 16 maio 2020.
- STEINBERG, J. *In Act 2, the TV hit man becomes a pitch man*. **THE NEW YORK TIMES**, 18 Jul. 2007 [On line]. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2007/07/18/arts/television/18madm.html>>. Acesso em: 16 maio 2020.
- URSSI, N. J. **A linguagem cenográfica**. São Paulo: Dissertação (Mestrado em Artes), ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO – ECAUSP, 2006.

FONTES DE ILUSTRAÇÕES

Figura	Disponível em:	Acesso em:
01	https://i.pinimg.com/originals/71/be/5a/71be5a07fc76becd4ae33f113a1de2fc.jpg	19 mar. 2020
02	https://www.constructionreporter.com/uploads/1/1/2/9/112999833/bigstock-film-studio-with-camera-and-mo-110654195_orig.jpg	19 mar. 2020
03	https://2.bp.blogspot.com/_z18WZrMzm4o/TO6Stn5aRDI/AAAAAAAAALc/w1fA5uvWICs/s1600/montagem+exposi%25C3%25A7%25C3%25A3o+biodiversidsde+em+SC+joinville+2010+002.jpg	19 mar. 2020
04	URSSI, N. J. A linguagem cenográfica . São Paulo: Dissertação (Mestrado em Artes), ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO – ECAUSP, 2006.	-
05	GAGE, L. D.; MEYER, C. O filme publicitário . 2. Ed. São Paulo: Atlas, 1991.	-

06	https://www.huss-licht-ton.de/images/product_images/info_images/28/32354_0.jpg	04 nov. 2019
	https://en.wikipedia.org/wiki/File:Fresnel_lens.svg	
07	https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51hzPWjGSrL_AC_.jpg	04 nov. 2019
08	https://static.bhphoto.com/images/images500x500/1510073332_31937.jpg	04 nov. 2019
09	INMAN, R. SMITH, G. Television production handbook (2006). Disponível em: < https://tv-handbook.com/Television%20Production%20Handbook%202006.pdf >.	04 nov. 2019
10	https://images.amcnetworks.com/blogs.amctv.com/wp-content/uploads/2014/09/madmen-logo-560.jpg	16 maio 2020
11	https://i0.wp.com/artdepartmental.com/wp-content/uploads/2011/04/2015-05-22-1432279926-4538389-madmen.jpg?resize=1024%2C576&ssl=1	16 maio 2020
12	https://cdn.nybooks.com/wp-content/uploads/2010/07/Sterling-Cooper-office.jpg	30 mar. 2020
13	https://i.ytimg.com/vi/KPrLBolgwHg/maxresdefault.jpg	16 maio 2020
14	https://img.buzzfeed.com/buzzfeed-static/static/2014-03/enhanced/webdr06/26/10/original-19984-1395844793-10.jpg?downsize=700%3A%2A&output-quality=auto&output-format=auto	30 mar. 2020
15	https://i.pinimg.com/564x/c6/e0/23/c6e023bcdcf7ad501146b3caa93e8abe.jpg	16 maio 2020
16	https://theasc.com/ac_magazine/March2008/Television/image1003_enlarged.html	16 maio 2020
17	https://www.publicitarioscriativos.com/wp-content/uploads/2017/02/Mad-Men-3D-Floor-Plan-Drawbotics-4K-1.jpg	30 mar. 2020
18	https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn%3AANd9GcRtb-O6Tmta0RfF3EmAEVRd_KQIZgfEMf7XAX2EXpNnjd98mC2&usqp=CAU https://play-images-prod-cms.tech.tvnz.co.nz/api/v1/web/image/content/dam/images/entertainment/shows/fi/friends/friends-coverimg.png,2017-11-10T14:07:23+13:00.jpg?width=960&height=540	16 maio 2020
19	https://mk0lemarkfrqvcip01u.kinstacdn.com/wp-content/uploads/K0A9095.jpg	16 maio 2020
20	https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/set-of-monica-gellers-apartment-in-friends-news-photo-138422675-1566406727.jpg	16 maio 2020
21	https://i0.wp.com/thisdarlingworld.com/wp-content/uploads/2017/04/central-perk-set-tour.jpg?fit=1080%2C810&ssl=1	16 maio 2020
22	https://4.bp.blogspot.com/-mLVWYdyLEKM/UCaFRLXIoYI/AAAAAAAAAMZ8/LRpgez9Wajo/s1600/friends_apartments_floorplan_by_nikneuk-d4ri5rc.jpg	16 maio 2020
23	https://abrilsuperinteressante.files.wordpress.com/2018/07/apartamentos-de-friends11.png?quality=70&strip=info&resize=680,453	16 maio 2020
24	https://www.behance.net/gallery/23593773/central-perk-isometric	30 mar. 2020
25	https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/91TmR1v-qRL_RI_.jpg	25. maio 2020
26	https://commons.wikimedia.org/wiki/File:%22The_Office%22_(4829523955).jpg	25. maio 2020
27	http://images2.fanpop.com/image/photos/12800000/1x06-Hot-Girl-the-office-12864507-784-448.jpg	25. maio 2020
28	http://www.givemyremote.com/remote/wp-content/uploads/2009/01/office_set.jpg https://i.pinimg.com/564x/85/78/94/85789455cb70e333bfefdc16ca3e1c7c.jpg	02 jun. 2020
29	https://vignette.wikia.nocookie.net/theoffice/images/9/9e/Layout.jpg/revision/latest/scale-to-width-down/500?cb=20100325205031	25. maio 2020
30	https://i.pinimg.com/originals/82/19/67/821967e6c5de1cc116dc38708ee63d35.jpg	25. maio 2020

10 PARECER DO ORIENTADOR

A acadêmica realizou satisfatoriamente as tarefas previstas no plano de trabalho inicial da pesquisa, empenhando-se de forma adequada principalmente ao procurar conciliar as atividades de pesquisa com as demais obrigações escolares, o que não comprometeu o cumprimento do cronograma previamente definido. Acredita-se que conseguiu chegar a um resultado de qualidade com a conclusão do *Relatório Final de Pesquisa* e espera-se que a mesma desenvolverá uma boa apresentação e defesa oral no EINTI previsto para outubro deste ano, mas que foi adiado devido à pandemia causada pelo coronavírus; exigência estabelecida para o cumprimento do Edital PIBITI 2019/2020 da UFPR.

11 DATA E ASSINATURAS

Curitiba, 02 de junho de 2020.

Acadêmica **Karen Miho Noguchi**

Prof. Dr. **Antonio Manoel Nunes Castelnou Nt**