

---

## REFLEXÕES SOBRE A TRASMIDIAÇÃO NA CENOGRAFIA<sup>1</sup>

Milena Oliveira Delfino<sup>2</sup>

Thiago Berzoini<sup>3</sup>

Centro Universitário Academia

### Resumo

Este trabalho aborda questões que estão relacionadas à transmediação na cenografia. A cenografia é a soma que completa e ajuda a dar vida a um espetáculo, aproxima o espectador fazendo-o emergir e entender um pouco mais sobre cada personagem. O objetivo deste artigo é, através da intermedialidade, explorar a cenografia e o design de interiores, apresentando ideias e soluções originais em uma hipotética *live action* da *sitcom* The Simpsons.

**Palavras-chave:** Cenografia; Design; Sitcom; Transmidialidade; Intermidialidade.

### Abstract

This work addresses issues that are related to transmediation in scenography. The scenography is the sum that completes and helps to bring a show to life, bringing the viewer closer, making them emerge and understand a little more about each character. The purpose of this article is, through intermediality, to explore set design and interior design, presenting original ideas and solutions in a hypothetical live action from the sitcom The Simpsons.

**Keywords:** Scenography; Design; Sitcom; Transmediation; Intermediality.

### Introdução

Cenografia é a imaginação ganhando cena no espaço, um poema ganhando forma, cor e textura. É arte, design, “dramatização do espaço”. Para Howard (2009, p.19), cenografia “é a síntese sem emendas de espaço, texto, pesquisa, arte, atores, diretores e espectadores”. Ou seja, unifica o todo e faz parte do espetáculo, complementando-o.

O cenário aproxima o observador, fazendo-o emergir ainda mais em cada detalhe daquele universo. Cada elemento, cor, material, forma, textura, iluminação, desenho, é um conjunto de códigos visuais que acrescenta e dá vida a um programa, teatro, série, clipe musical, entre outros. Nada em um cinematográfico é

---

<sup>1</sup> Artigo elaborado na disciplina Trabalho final de graduação I, como parte do Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado no semestre 01/ de 2022.

<sup>2</sup> Graduanda pelo curso tecnólogo em Design de interiores pelo Centro Universitário Academia.

<sup>3</sup> Doutorando pela Universidade Federal de Juiz de Fora, docente no Centro Universitário Academia de Juiz de Fora. E-mail: thiagoberzoini@uniacademia.edu.br.

## Tecnologia em Design de Interiores

---

à toa. Tudo é pensado: detalhes, *takes*, figurino, som, iluminação, objetos de cena, encenação, direção, câmera e cenografia. Para se chegar em um resultado final, todas essas coisas demoram muito para serem pensadas e feitas.

Assim, é possível observar que a cenografia é, acima de tudo, uma arte coletiva que perpassa os séculos desde tempos muitos antigos até hoje. Nessa arte coletiva, os diferentes conhecimentos se unem com o objetivo de criar um ambiente efêmero, mas tocante em cada cena. As nuances presentes na cenografia são inúmeras para se desenvolver nessa sociedade atual permeada pela Era Digital e todo o conhecimento versátil envolvido. Ela também é elemento crucial nas *sitcoms*.

As *sitcoms*, também conhecidas como comédia de situação, são seriados com temáticas de cotidianos, que não precisam necessariamente de continuidade. Os assuntos abordados são geralmente leves e visam, principalmente, divertir as pessoas. Segundo o artigo “Séries, Séries Cômicas e *Sitcoms*: debatendo gêneros e formatos na televisão brasileira” (2013) , os *sitcoms* são:

um subgênero ficcional que opera com um plano de realidade discursiva de caráter ficcional chamada supra-realidade, “propondo como regime de crença a **verossimilhança** [grifo do autor]. Não têm, portanto, compromisso direto com o real, mundo exterior, embora se proponham a retratá-lo de forma lúdica” (DUARTE, 2008). Os *sitcoms* seriam crônicas do cotidiano que a televisão normalmente exhibe em forma de seriados, através de episódios (NOLL; GISELE, 2013, p.04).

De acordo com PELEGRINI (2015), as *sitcoms* se popularizaram bem cedo para o público americano, muito pelo seu formato que não gerava custo elevados de produção, produzidos com duas técnicas diferentes: multicâmera e câmera única. Ele também cita na mesma obra que as *sitcoms* se tornaram para a família americana no pós-guerra a “vaca leiteira” da televisão a partir dos anos de 1950. Um método de escapismo para uma população recém traumatizada.

*I Love Lucy* (1951) foi a primeira *sitcom* produzida na América, e o formato ganhava cada vez mais admiração do público. O formato foi crescendo e tendo mais

## Tecnologia em Design de Interiores

---

espaço nas telas, não parando até hoje com o crescimento do audiovisual e *streaming*.

Um ponto muito importante das *sitcoms* são os sons das risadas em cada episódio, chamadas de clagues, que são as reações do público, ouvidas ao fundo das cenas, falas e diálogos mais cômicos. Caso as gravações não possuíssem público, as clagues eram encaixadas nas edições. Em alguns casos, se as reações dos espectadores não fossem o que almejavam, eles refaziam novas cenas.

Tudo se inicia de um espaço, o vazio é para um pintor um quadro em branco. “O ambiente está silencioso, vazio e inerte, esperando a libertação para a vida do drama” (HOWARD, 2009, p. 27). A importância de um interior é que é nele que você visualiza, cria, imagina o que se tornará real.

Ao conhecer um local pela primeira vez, deve-se analisar cada detalhe e canto a ser explorado para as cenas. É importante realmente imaginar uma cena, com toda ambiência e a posição dos atores em cena, de forma a deixar a configuração do espaço harmonioso e que deixem os atores serem visíveis de forma clara. O próprio espaço vazio pode dar ideias para uma forma diferente de se pensar na produção. (HOWARD, 2009, p.38).

O espaço se comunica e o cenógrafo busca em cada projeto uma nova resignificação e forma de expressar, assim como o designer busca levar seu olhar para o mundo. O cenário, juntamente com o figurino e a performance, ajuda na transmissão da mensagem.

Os interiores de residências são muito usados desde o início das produções televisivas. As produções audiovisuais possuem, na maioria das vezes, intenção de envolver o público através de escolhas que apresentem verossimilhança com a realidade, um artifício também usado para dar veracidade à produção.

Os cenários das *sitcoms* marcam as séries, criando uma identidade única e inconfundível. Eles tornam-se peças fundamentais para a visibilidade e a lembrança intergeracionais. Para isso, utilizam como base as três categorias que Peirce denominou como primeiridade, secundidade e terceiridade. Primeiridade é primeiro contato, sentimento que se tem com as coisas. Secundidade é quando a partir da

## Tecnologia em Design de Interiores

---

primeira sensação, se tem uma reação, ou seja, é a ligação entre os dois pontos. Terceiridade é a reflexão da experiência entre a primeridade e secundidade. Por isso, é necessário que espaço, enredo, figurino, criem um sentimento ao telespectador, fazendo com que haja uma relação e uma reação para, então, criar um vínculo em que fazem o telespectador pensar e consumir novamente, desenvolvendo uma relação com a obra. Pensando nisso, é necessário que os signos chamem atenção e impactem a todos.

Analisa-se também neste trabalho, a linguagem dos signos e seus significados. Para isso, será usada como base uma das *sitcoms* mais conhecidas, os *The Simpsons* (1989), realizada como uma animação e que narra sobre uma peculiar família de classe média americana. A *sitcom* conta o cotidiano desta família de forma cômica e, muitas vezes, de forma irônica, fazendo muito sucesso com seus personagens amarelos. Tem-se Homer, o pai da família; Marge, a esposa; Bart, o primogênito; Lisa, a segunda filha de oito anos e, por fim, Maggie, o bebê da família. Pensando em adaptá-la para uma *live-action*, modernizando o seu cenário nos dias atuais, mas sem perder sua essência primordial. A proposta pretende ser uma experimentação de transposição midiática utilizando aspectos projetuais como base para que o trabalho possa ser uma contribuição para o campo do Design de Interiores aplicado à cenografia.

### **Intermedialidade**

É a junção entre duas mídias distintas. Todas as mídias têm suas próprias linguagens, formatos e características, e, portanto, na junção dessas linguagens, é natural que entre elas existam formas, estilos e direções diferentes a se seguir. Visando isso, Irina O. Rajewsky disse, “Em termos gerais, e de acordo com o senso comum, “intermedialidade” refere-se às relações entre mídias, às interações e interferências de cunho midiático.”( RAJEWSKY, 2012, p. 52).

## Tecnologia em Design de Interiores

---

Sabendo que as mídias têm focos e maneiras de comunicação diferentes, entende-se que existe um limite de similaridade entre ambos, salvo que também depende do artista seguir com suas próprias interpretações.

“Isto dirige nossa atenção para aspectos cruciais em consideração, relativamente à questão fundamental daquilo que fixa os limites das mídias individuais, bem como relativamente ao *status* das especificidades, diferenças e fronteiras midiáticas no contexto das práticas intermidiáticas.” (RAJEWSKY, 2012, p.55).

Pode-se perceber multi-intermedialidade em *Modern Love*, que é uma coluna do jornal *The New York Times*, em que eram contadas histórias de pessoas reais e que fez muito sucesso em 2004. Com o grande sucesso e repercussão, a coluna ganhou adaptação para série, livro e *podcast*, atingindo públicos distintos em mídias diferentes, mas com o mesmo conteúdo.

Outro exemplo que se pode citar, é o desenho animado “101 Dálmatas” (Wolfgang Reitherman, Hamilton Luske, Clyde Geronimi, 1961), que ganhou uma adaptação em *live-action*, “Cruella”. Nesse caso, houve muitas diferenças de perspectivas, em que o olhar para a personagem não é de uma vilã, por exemplo. O filme também aborda muito sobre moda. Já no desenho animado, o foco é outro. Sobre o público, a adaptação tem foco maior os espectadores adultos, enquanto no desenho animado os espectadores são de todas as idades, mas a maioria são crianças.

Irina O. Rajewsky, em seus estudos, mostra três fenômenos de intermedialidade: transposição midiática, que é quando acontece uma adaptação de uma mídia para outra, acontecendo uma mudança de mídia; combinação de mídia, que é quando acontece uma junção de mídias em uma mesma mídia; e referências midiáticas, que é quando uma mídia pega traços dessa mídia fazendo lembranças e ligando características da mesma. É perceptível na análise de Irina que as mídias transmutam entre si, trazendo novas sensações e percepções, fazendo o telespectador viajar em vários mundos, porém explorando o mesmo universo.

Neste artigo, pensa-se sobre a intermedialidade tendo como suporte o desenho animado “The Simpson” (1989) e uma hipotética adaptação para *live-*

## Tecnologia em Design de Interiores

---

*action*, que traz como objeto o processo investigativo de possibilidades a serem exploradas pela cenografia que será transposta entre os *media*. Os signos serão mantidos, porém novas texturas, traços artísticos e de personalidade serão acentuados nesta versão.

De acordo com Rajewsky (2012, p.71) as fronteiras midiáticas é um desafio, um desafio que pode impulsionar novos horizontes e que pode transformar e criar novos olhares e novas percepções. As fronteiras midiáticas são uma barreira que, se possível, podem e devem ser quebradas para abrir um panorama de novas oportunidades, explorando novas ideias e impactando o telespectador.

### **Trasmídiação na cenografia**

Mídia carrega o sentido de materialização, de constituição de algum tipo de suporte por meio do qual a informação comunicada possa ser apreendida pelos indivíduos (ROSSETI; GOULART, 2017, p. 133). Vendo dessa maneira, a mídia se amplia em várias formas de suportes ou plataformas permitindo ao público sentir e vivenciar novas formas de entender sobre um determinado universo de uma marca. Como visto anteriormente, a intermedialidade é uma vertente de compilação de mídias distintas a fim de transmitir uma mesma mensagem de forma diferente.

Transmídia é quando uma marca explora as mídias com novos formatos com conteúdos complementares, fazendo com que em cada mídia se encontre novas informações daquele mesmo universo. A busca por novas vertentes faz com que o público engaje e passe por todas as mídias a fim de montar o quebra-cabeça. Para Henry Jenkins, "Uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo." (2008, p. 135).

Exemplos de transmídia em The Simpson:

Tem-se o formato midiático mais conhecido da serie, que até a data presente se encontra com trinta e três temporadas.

Tecnologia em Design de Interiores

---

**IMAGEM 01- Cartaz da serie The Simpson.**



**Fonte:** imagens disponíveis em <https://1928culturadis.com/2021/03/19/hoje-comeca-maratona-de-50h-de-os-simpsons-no-star-channel/> acesso em: 01 nov 2021

Em outro formato, contendo um novo conteúdo em 2012 foi criado um jogo que ganhou o nome de *The Simpsons: Tapped Out*, abrangendo um novo público e com uma nova performance o jogo que pode ser baixado pela Apple Store, Google Play e Amazon appstore, permite que você crie sua própria *Springfield*.

**IMAGEM 02- Jogo Tapped Out**

Tecnologia em Design de Interiores



**Fonte:** <https://www.ea.com/pt-br/games/the-simpsons/the-simpsons-tapped-out> acesso em 01 nov 2021

Outro exemplo é um curta metragem que une dois mundos: Os Simpsons e a Marvel, satisfazendo os dois públicos em um formato de parodia.

**IMAGEM 03-** Cartaz do curta metragem *The Simpsons the good, the Bart, and the Loki*



Tecnologia em Design de Interiores



**Fonte:** <https://br.ign.com/the-simpsons/90736/news/the-simpsons-curta-inspirado-na-marvel-chegara-ao-disney>  
acesso em 02 nov 2021

**IMAGEM 04-** Abertura humana dos *The Simpsons*

## Tecnologia em Design de Interiores



Fonte: Cleverson Paganini. Abertura: Os Simpsons (humana). YouTube, 25, out, 2011. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6zaBbNqYxxk> acesso em 22 nov 2021

Por ser uma série muito comentada e adorada por muitos, acaba sendo uma linguagem “fácil” e muitas vezes muito comentada se tornando uma boa escolha para marketing e com isso uma boa escolha para ser estampada em produtos.

A cenografia é parte da orquestra de um espetáculo. A cenografia conta a história do espaço, das pessoas que estão envolvidas no show. Então, pode-se dizer que cenografia é uma mídia.

Assim como nas séries, em que a casa dos personagens são uma expressão da personalidade deles, os designers de interiores também querem essa expressão de identidade para seus clientes em seus ambientes de convívio. O designer de interiores projeta ambientes internos com objetivo de levar bem-estar, conforto para o usuário. Com base em conversas e necessidades e pesquisas com o cliente, é pensado em layout e composição para o espaço. Para Mirian Gurgel design é

a arte de combinar formas, linhas, texturas, luzes e cores para criar um espaço ou objeto que satisfaça três pontos fundamentais: a função, as necessidades objetivas e subjetivas dos usuários e a utilização coerente e harmônica dos materiais.(GURGEL; MIRIAM, 2005, p.25)

## Tecnologia em Design de Interiores

---

Portanto, percebe-se que o designer busca alinhar estética e funcionalidade, antropometria e ergonomia de um espaço, a fim de acomodar melhor as escolhas do cliente. O estudo do espaço, das cores, da iluminação, da textura e dos materiais é muito importante para que tudo aconteça de forma coerente que satisfaça o cliente, tendo também a marca e assinatura do designer. Para o cenógrafo, existe uma liberdade mais ampla de utilizar materiais e estruturas, de ousar nas cores( levando em consideração as outras áreas, como figurino, iluminação), de poder traduzir uma marca, de expressar de maneira mais lúdica. E por que não tornar o design de interiores um pouco mais singular, com mais assinatura e mais personalidade, tanto do designer como do cliente, junto com o "pensar fora da caixa" e poder harmonizar o ambiente com a identidade criativa e técnica do designer de interiores com as habilidades lúdicas e profissionais do cenógrafo.

### **Considerações Finais**

Conclui-se com esse trabalho que a cenografia é um âmbito que envolve todo um espetáculo com seus elementos e seus significados, criando uma harmonia das duas áreas, sob o olhar projetual e criativo do designer de interiores junto à participação lúdica do cenógrafo que vai além da estrutura física e decoração de um palco, perpassando os critérios objetivos, dando vida e emoção ao olhar da plateia e a própria interação das pessoas com os objetos nele contidos.

Neste trabalho, o pensamento de intermedialidade e transmedialidade ocorre de forma em que os múltiplos formatos midiáticos agregam na compreensão e acesso de um público mais vasto, visando, também, o maior entendimento do universo de determinada marca. A marca busca essa aproximação com o espectador afim de manter um vínculo entre ambos. Dessa forma, nota-se que a cenografia como mídia é uma forma de expressar a personalidade do que se passa no espetáculo, o que traz novos conteúdos e adjacência ao público.

## Tecnologia em Design de Interiores

---

Por isso, entende-se que uma nova expressão cenográfica em forma de *live acticon* da serie sitcom os *The Simpson* (1989) é uma forma de agregar o público, trazendo mais vivacidade à casa deles, proporcionando mais personalidade com a finalidade de conhecer um pouco mais de cada personagem pelo espaço.

### Referências

HOWARD, Pamela. **O que é Cenografia?**. 2.ed. Tradutor: Carlos Szlak. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2009. 280 p.

NOLL, Gisele. **Séries, Séries Cômicas e Sitcoms: debatendo gêneros e formatos na televisão brasileira**. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2013. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/sul2013/resumos/R35-1029-1.pdf>. Acesso em 09 dez. 2021.

PELEGRINI, Christian H. **O sitcom de câmera única e a serialização do estilo na comédia de TV**. Revista Crítica Cultural – Critic, Palhoça, SC, v. 10, n. 1, p. 27-44, jan./jun. 2015. Disponível em: [https://www.academia.edu/20962905/O\\_sitcom\\_de\\_c%C3%A2mera\\_%C3%BAnica\\_e\\_a\\_ser ializa%C3%A7%C3%A3o\\_do\\_estilo?from=cover\\_page](https://www.academia.edu/20962905/O_sitcom_de_c%C3%A2mera_%C3%BAnica_e_a_ser ializa%C3%A7%C3%A3o_do_estilo?from=cover_page) Acesso em 09 dez. 2021.

RAJEWSKY, Irina O. **A fronteira em discussão: o status problemático das fronteiras midiáticas no debate contemporâneo sobre intermedialidade**. Trad. Isabela Santos Múndin. In: DINIZ, Thaís Flores Nogueira; VIEIRA, André Soares (org.). *Intermedialidade e estudos interartes – desafios da arte contemporânea II*. Belo Horizonte: UFMG, 2012a, p. 51-73.

ROSSETTI, Regina; GOULART, Elias Estevão. Materialidade da comunicação e da mídia em Bergson e McLuhan. **Comunicação & Sociedade**, v. 39, n. 1, p. 119-142, 2017. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/5797/5673> Acesso em 09 dez. 2021

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradutor: Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008. 432 p.

GURGEL, Miriam. **Projetando Espaços: Guia de arquitetura de interiores para áreas comerciais**. São Paulo: Editora Senac, 2005, 224p.



## Tecnologia em Design de Interiores

---