

## OS DIZERES DA DIREÇÃO DE ARTE: OS DISCURSOS NÃO-VERBAIS PRESENTES NO *DESIGN* GRÁFICO

Andreia Damares de A. Mongelos<sup>1</sup>

Yan de Souza Siqueira<sup>2</sup>

Maria Beatriz R. Prandi<sup>3</sup>

**Resumo:** A Direção de Arte é um campo de produção de dizeres presente no *design* gráfico, *design* digital, cinema, teatro e outros. Cores, luzes, sombras, harmonias, pesos e tipografia são alguns dos elementos que compõem a Direção de Arte, e que apesar de parecerem transparentes, atuam na construção de sentidos discursivos. Com base no referencial teórico da Análise do Discurso Francesa de Michel Pêcheux, esse trabalho busca analisar os “dizeres” da Direção de Arte, isto é, os elementos não-verbais dotados de opacidade, e que constroem sentidos. O corpus de análise desse artigo são os cartazes da saga cinematográfica Harry Potter, na intenção de observar como cores, luzes e outros elementos da Direção de Arte se constituem como efeitos de sentido na planície da imagem.

**Palavras-chave:** Direção de Arte; *Design* Gráfico; Discurso não-verbal; Harry Potter; Análise do Discurso.

### 1 INTRODUÇÃO

Cores, luzes, sombras, harmonias, pesos e tipografias. Pode-se comparar a Direção de Arte ao para-brisa de um carro que, apesar de sua transparência frente a uma paisagem, está presente e cumpre sua função, atuando nas características da viagem e na experiência dos passageiros.

Diante das novas tecnologias de produção e pós-produção, cada vez mais a Direção de Arte apresenta uma suposta transparência que atribui certa aparência realista aos trabalhos gráficos, muitas vezes galgando um papel de preponderância no resultado final dessas obras. No entanto, o processo de dotar a Direção de Arte de opacidade pode mostrar-se um promissor recurso teórico para análises discursivas, e, quiçá, essas análises também podem fornecer discussões e orientações prévias para a criação de

---

<sup>1</sup> Bacharel em Publicidade e Propaganda pela UNAERP. E-mail: deialmeidapp@gmail.com

<sup>2</sup> Bacharel em Publicidade e Propaganda pela UNAERP. E-mail: yansspp@gmail.com

<sup>3</sup> Doutoranda em Psicologia, Processos Culturais e Subjetivação pela Universidade de São Paulo (USP). Mestra em Educação e Bacharela em Ciência da Informação e Documentação pela mesma instituição. Atualmente trabalha com suporte às disciplinas e cursos a distância da UNAERP. E-mail: mprandi@unaerp.br

trabalhos. “A direção de arte e suas técnicas, notoriamente falseadoras do real como forma de restituir não sua natureza última, mas sua essência conceitual, participam assim de um movimento mental da obra e não somente de uma operação de registro” (BUTRUCE, 2005, p. 19).

Como a Direção de Arte fala? O que ela fala? Por que ela fala? A fim de responder tais questionamentos, optou-se como referencial teórico a Análise do Discurso Francesa (doravante AD), uma teoria proposta por Michel Pêcheux no final dos anos 1960, e que apresenta estudos a respeito da Ciência da Linguagem. A teoria pêcheutiana trouxe uma abordagem distinta sobre a Linguagem, que passa a ser pensada do ponto de vista material. Segundo Orlandi (2005), a Análise do Discurso não se trata de língua ou de gramática, mesmo que estas lhe interessem: ela trata do discurso, da palavra em curso, em movimento, da prática material da linguagem.

Desta forma, essa pesquisa buscou prestar auxílio e orientação a profissionais de propaganda e designers, ao aplicar conceitos de Direção de Arte e Análise do Discurso para conferir opacidade aos elementos não-verbais presentes nos cartazes da série cinematográfica Harry Potter.

## **2 A ANÁLISE DO DISCURSO FRANCESA DE MICHEL PÊCHEUX**

A análise do discurso engloba três regiões do conhecimento: O Materialismo Histórico (de Althusser), a Psicanálise (em Lacan) e a Linguística (de Saussure). A partir daí o objeto de estudo deixa de ser a frase em si e seus elementos individuais, e passa a ser o discurso. Caregnato e Mutti (2006, p. 680), concluem que a AD não é uma metodologia, mas uma disciplina de epistemologias distintas, na qual da linguística se trouxe a noção de fala, do materialismo, a ideologia, e da psicanálise, o inconsciente.

Discurso vem de 'curso', percurso, movimento; logo, para Pêcheux é o movimento da palavra, a prática da linguagem e o momento de contato entre o homem e a língua que trabalham os efeitos de sentidos do discurso (ORLANDI, 2005, p. 15). Nesse sentido, Almeida (2013) compara a língua a um rio com suas margens que, ao mesmo tempo em que o condicionam como rio, possuem poros que podem levá-lo a novas possibilidades, pois que o rio é fonte de vida tanto para os peixes, como para os pescadores. Portanto, é

por esse motivo que a língua não pode se comparar a uma lagoa, limitada e com águas sem movimento.

Segundo Orlandi (2005 p. 16): “importa menos ‘o que quer dizer’ um enunciado, e mais ‘como’ o enunciado significa”. Muito mais que apenas água, um rio é constituído por uma soma de nascente, movimento das águas, pescadores, famílias, pedras, árvores que lhe sombreiam e oceano para se oferecer. Fatores que o determinam. Almeida (2013, p. 46) já bem disse que: “os peixes e os pescadores vivem dele: a vida que dele nasce se expande para o além-rio: o rio é pura criatividade entre margens”. E assim também é o texto. Para Pêcheux, os sentidos de um texto se formam através de um universo complexo por trás do discurso, que influi na forma de dizer, e em quem diz. Para Almeida (2013), a AD a língua como parte da realidade, os sentidos gerados por ela, bem como os efeitos que esses sentidos geram.

## 2.1 A Memória Discursiva e seus Esquecimentos

Na AD de Pêcheux, a memória é um conceito importante. Achard et al (1999) se refere à memória discursiva como um “já dito antes” que torna possível o “dizer agora”, isto é, algo que sustenta o dizível. Já Orlandi (2005) atribui à memória a função de disponibilizar os dizeres possíveis, e evidenciar que cada dizer, ou sentido gerado, não é propriedade de ninguém. As pessoas são apenas organizadoras de dizeres, por meio das quais, segundo Almeida (2013), tudo o que é dito, só é dito, porque se sustenta em um já-dito. A memória discursiva é o que sustenta dizeres e sentidos futuros.

Para Achard et al (1999) a inscrição de algo que já aconteceu no espaço da memória se dá de duas formas: a) acontecimentos que escapam à inscrição na memória; b) acontecimentos que são absorvidos na memória, esquecidos, como se nunca tivessem ocorrido. Nesse processo se evidenciam dois movimentos discursivos: o Interdiscurso (constituição) e o Intradiscurso (formulação). O primeiro compreende a historicidade do “já dito”. Para Orlandi (2005), o interdiscurso implica um anonimato que garante que o “dizer agora” faça sentido. No momento do “dizer agora” todos os sentidos “já ditos” por uma pessoa qualquer, em um lugar qualquer, têm efeitos sobre o que se diz. Para Vale (2009), a compreensão de uma expressão qualquer não reside apenas na proximidade

entre o significado total e os significados dos elementos que a compõem, mas também no percurso entre o falante, o ouvinte, e todas as condições de produção de sentido que margeiam o enunciado.

No entanto, para a Análise do Discurso, tão importante quanto o dito é o 'não-dito', ou melhor, o esquecimento e silenciamento. Ver o funcionamento do discurso, do sujeito e da língua "[...] é colocar-se na encruzilhada de um duplo jogo da memória: o da memória institucional que estabiliza, cristaliza, e ao mesmo tempo, o da memória constituída pelo esquecimento que é o que torna possível o diferente, a ruptura, o outro" (ORLANDI, 2005, p. 10).

O "acervo" do dizível não é totalmente acessível para os sujeitos que dizem, mas isso que fica para trás, seja por esquecimento ou apagamento, também atua no processo de significação (ALMEIDA, 2013). Pêcheux (1993) chama isso de "esquecimentos", que podem ser divididos em ideológicos e enunciativos.

No esquecimento ideológico, o sujeito acredita que é o primeiro a dizer algo. Uma ilusão que o dizer origina-se nele, quando na verdade retoma sentidos preexistentes. Mas Orlandi (1999), afirma que esse esquecimento se faz necessário ao funcionamento da linguagem: ao esquecer o que já foi dito, o sujeito se constitui, retomando palavras como se elas se originassem nele próprio. Isso permite significar de inúmeras maneiras.

O esquecimento enunciativo, por outro lado, considera os dizeres não ditos, silenciados por um outro dizer verbalizado. Ou seja, uma frase dita pertence a uma rede de frases não ditas, o que permite várias interpretações, conforme afirma Almeida (2013). Para Pêcheux (1993), ele se caracteriza pelo funcionamento pré-consciente/consciente no sujeito. Enquanto isso, o esquecimento ideológico é inconsciente, pois está inacessível ao sujeito.

Almeida (2013) conceitua o silêncio dentro da dinâmica da significação, ou seja, nada tem a ver com o 'vazio'. Orlandi (2005) o define de três maneiras: o silêncio fundador, o silêncio constitutivo e o silêncio local. O primeiro é tido como o princípio de toda significação. O silêncio constitutivo trata da construção de sentido e linguagem. Por fim, o último diz respeito à inibição do dizer, como por exemplo a censura e a repressão. Ainda para Orlandi (2005, p. 68), "O silêncio não é vazio, ou sem sentido; ao contrário, ele

é o indício de uma instância significativa. Isso nos leva à compreensão do 'vazio' da linguagem como um horizonte e não como uma falta".

## **2.2 Opacidade e Transparência: um método de análise**

Para Almeida (2013), a relação 'analista' versus 'análise' constitui um grande exemplo de aplicação dos conceitos de opacidade e transparência. Ele afirma que a opacidade do objeto de análise é o objetivo do analista. Ao mesmo tempo, sua presença não é transparente, tornando-se ela igualmente constituinte da análise. Orlandi (2005) define "dotar de opacidade" como enxergar além do visível. Para isso, é necessário analisar a materialidade do objeto e compreender a relação entre os ditos e não ditos de um dado efeito discursivo.

Dessa forma, os dizeres não se mostram apenas como mensagens a serem decodificadas. São efeitos de sentidos produzidos em condições determinadas e que se exteriorizam no modo como se diz, deixando vestígios que o analista de discurso deve apreender, dotando de opacidade aquilo que parecia invisível. Esses sentidos têm a ver com o que não é dito, e com o que poderia ser dito e não foi. Desse modo, as margens do dizer, do texto, também o compõem (ORLANDI, 2005, p. 28).

De volta à metáfora do para-brisa de um carro, compreende-se que ele não pode ser o objeto final da atenção do condutor, o que ocasionaria acidentes; a atenção deve ser concentrada para além dele, na rodovia. Da mesma forma, a Direção de Arte não pode ser o objeto final da atenção do espectador, ainda que seja possível, em trabalho de análise, observar seus efeitos na construção dos sentidos.

## **3 DIREÇÃO DE ARTE**

Em diferentes áreas, a Direção de Arte (DA) sempre está presente na concepção visual e artística. Na publicidade e propaganda, por exemplo, a DA está dentro da criação publicitária, em que o diretor de arte trabalha juntamente com o redator, a fim de criar e desenvolver peças publicitárias. Já no cinema e televisão, a direção de arte atua tanto no decorrer da produção, como também no cenário, figurino, maquiagem, e objetos

utilizados. Na combinação desses dois setores, como será tratado nesse trabalho, a DA desempenha sua função na comunicação de conceitos da obra cinematográfica, através de cartazes, pôsteres, e outros materiais de divulgação, revelando mediante técnicas, sentidos essenciais na construção da identidade conceitual do filme. Apesar das muitas noções que tangem a Direção de Arte, esse artigo se debruçará a observar apenas uma, a relação de “cores e temperaturas” na concepção de imagens.

### 3.1 Cores e Temperaturas

Com função de destaque na DA, as Cores e Temperaturas possuem papel fundamental na criação de sentidos em qualquer peça gráfica ou fílmica. As cores, usadas para diversos fins, eram pensadas no passado como uma mistura de luz e escuridão. Na segunda metade do século XVII, cientistas utilizavam em suas experiências o prisma, que emitia um arco-íris quando uma luz era refratada sobre ele. Em 1966, então, Newton cria um gráfico com as sete cores do arco-íris em uma circunferência a fim de compreender e selecionar cores. Surge o círculo cromático, ferramenta utilizada até os dias de hoje (FRASER; BANKS, 2013).

Muitas outras teorias buscam explicar de maneira científica a visão da cor. De acordo com Farina, Perez e Bastos (2006, p. 61) “a cor existe, pois, em função do indivíduo que a percebe, e depende da existência da luz e do objeto que a reflete. Ela é a impressão que os raios de luz refletidos produzem no órgão da visão e que geram sensações”. Ou seja, quando se trata de cor, trata-se de luz ou ausência dela, como afirma Dondis (1997), que complementa ao dizer que Linhas, formas, texturas e outros, só são revelados através da luz.

Farina, Perez e Bastos (2006) apontam três características referentes à cor: tom, saturação e luminosidade. A primeira trata daquilo que geralmente nomeia-se de cor. Tem uma relação com a variação qualitativa da cor, enquanto a segunda está relacionada à densidade e concentração da cor. Uma cor saturada é aquela que não tem adição nem do branco nem do preto e está localizada no comprimento de onda correspondente a ela no espectro solar. E por fim a última, diz respeito à capacidade de reflexão da luz branca que uma cor pode ter.

Acredita-se que as cores sejam usadas na arte, cinema e na publicidade para despertar sensações. Geralmente associa-se uma cor a um significado, de acordo com o contexto histórico e cultural. Na publicidade, sobretudo, é muito comum essa associação, ligando cores a sentimentos na expectativa de criar uma experiência positiva. Por isso, Danger (1973) explica que se deve fazer grande uso da cor como ferramenta positiva para as vendas, considerando sempre que a escolha destas podem afetar as reações do cliente, e administrando seus possíveis efeitos. Farina, Perez e Bastos (2006) defendem que apesar dos sentidos humanos serem os mesmos, há uma diferenciação biológica e principalmente cultural, levando a diferentes graus de sensibilidade, e portanto, a sentidos distintos. Depende das condições culturais e memória individual de cada pessoa. Ainda segundo Farina, Perez e Bastos (2006, p. 14) “o impacto produzido pela cor não sofre as barreiras impostas pela língua. Sua mensagem pode ser compreendida até por analfabetos, se aqueles que a manejam souberem adequá-la ao fim proposto”. Todavia, a utilização de cores e temperaturas pode ser estudada além da questão psicológica, através do olhar da Análise do Discurso.

### 3.1.1 Cores e Temperaturas: efeitos discursivos

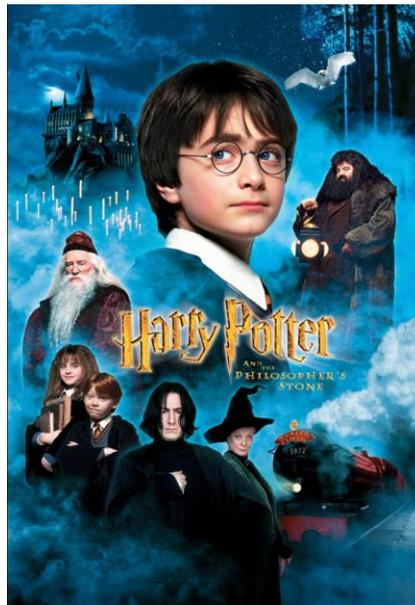
Como visto, o discurso pode, a qualquer momento, sofrer uma “alteração de curso”. Essa alteração, porém, deixa rastros memoráveis: tudo o que é dito agora é sustentado por um dizer anterior. No contexto das cores, por exemplo, em um dado momento alguém disse que vermelho seria a cor do amor, e, com isso, o sentido “vermelho” passou a compreender uma determinada identidade. Essa identidade, todavia, pode servir de base para outros discursos futuros, por outros sujeitos que, ao dizerem algo, são atingidos por fatores sociais, políticos e ideológicos que redirecionam os percursos de expressão e de produção do novo sentido gerado para a cor, naquele contexto específico. Ao passo que sentidos são gerados e atribuídos à determinada cor em um dado momento, essa mesma linguagem utilizada fica arquivada na memória e passa a integrar o processo do esquecimento. Ou seja, naquele dado momento, o vermelho que antes significava amor, e que agora está arquivado em um “acervo”, devido a um novo

“dizer”, pode passar a se referir a um partido político, como sinônimo de lutas, sentido este que também abarca outras memórias, outros dizeres ditos em outras circunstâncias. Porém, mesmo esquecido, ou silenciado, o significado de amor em algum momento foi atribuído à cor vermelha, podendo atuar em um futuro processo de significação, formulando um novo “dizer” que coexiste com o velho e que atribui ao vermelho o significado de “partido do amor”. A forma com que cada sujeito interpreta e reage às cores e suas aplicações depende em muito das condições culturais e memória individual, na qual a identidade gerada é atribuída à determinada cor por meio da repetição.

### 3.1.2 Cores e Temperaturas em Harry Potter

Se o significado das cores e temperaturas não é pré-definido, cada cor pode ter diversos significados dependendo do contexto em que é utilizada. Nos cartazes da saga Harry Potter, é possível verificar esse trajeto memorável de sentidos, na medida em que a identidade do filme é transcrita.

*Figura 1 - Cartaz Oficial Harry Potter e a Pedra Filosofal. Fonte: Página do filme no site da Warner Bros*



No cartaz do primeiro filme, “Harry Potter e a Pedra Filosofal”, as cores utilizadas são de tonalidades azuladas, em grande contraste com o amarelo/dourado da tipografia, o

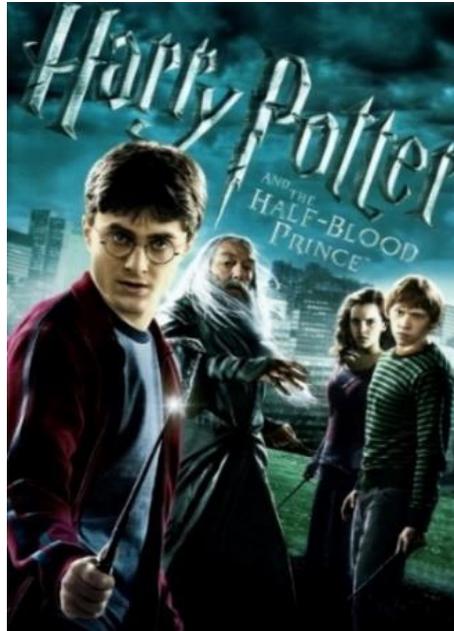
que pode transmitir a sensação de mistério e inocência, bem relacionada aos acontecimentos do primeiro filme. Nele, os alunos chegam à escola de magia de Hogwarts ainda crianças, e enquanto aprendem bruxaria, passam por situações de perigo que, em relação aos próximos filmes, podem ser consideradas leves. Portanto, há um misto de sensações expressas no cartaz. As cores utilizadas não deixam o cartaz sombrio, pelo contrário, enfatizam a inocência da trama, porém permanece presente a característica de mistério, própria aos assuntos da magia. Há de se ressaltar, no entanto, o silenciamento de antigos sentidos relativos à bruxaria, o que garante que um novo sentido seja somado a esse contexto.

Nos próximos filmes, progressivamente, nota-se que os tons predominantes em cores frias tornam-se mais escuros e sombrios, uma tensão crescente em cada filme que também é percebida no enredo. Em “Harry Potter e o Enigma do Príncipe”, o sexto filme da franquia, as cores tornam-se ainda mais sombrias em relação aos anteriores. Nota-se que as nuvens presentes na peça são mais escuras, como se uma tempestade estivesse se aproximando, diferente do primeiro cartaz, em que as nuvens estavam em um ambiente azul saturado e vivo. Pode-se perceber, ainda, que há uma divisão imaginária, na parte superior do cartaz a tempestade, enquanto na parte inferior, as personagens estão iluminadas com cores vivas. A luz nesse sentido pode representar a descoberta, o fato de que é nesse filme da saga que o grande segredo do inimigo de Harry Potter (personagem central) é revelado.

Nos dois últimos cartazes, Harry Potter e as Relíquias da Morte, partes 1 e 2, as cores e temperaturas utilizadas se diferenciam dos outros cartazes, por se tratar da parte final da Saga. Em meio a essas características que já foram percebidas nos cartazes anteriores, surge um novo elemento. Partículas vermelhas na parte inferior do cartaz podem indicar a chegada da batalha final, marcada por um incêndio e destruição da escola de Hogwarts. Sobretudo no último cartaz, Harry Potter e as Relíquias da Morte, parte 2, percebe-se o mesmo cenário de destruição do cartaz 1, porém as cores e temperaturas ganham mais vida, marcando a alegria da vitória de Harry contra as forças da escuridão. As partículas vermelhas ainda se apresentam na referência ao fogo, mas também em harmonia com algumas das personagens secundárias, que dão ênfase ao

vermelho, cor da casa Grifinória, representada pelos heróis da trama e no enredo da história.

*Figura 2 - Cartaz Oficial Harry Potter e o Enigma do Príncipe*



*Figura 3 - Cartaz Oficial Harry Potter e as Relíquias da Morte, parte 2. Fonte: Página do filme no site da Warner Bros*



#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos conceitos da Análise do Discurso Francesa de Michel Pêcheux, pode-se concluir ao fim dessa análise dos cartazes da saga Harry Potter, que cada elemento da direção de arte colabora para a construção dos sentidos que o cartaz deseja transmitir. Dentro dessa sequência fílmica, observa-se claramente a conexão dos elementos de DA dos cartazes, com a temática específica de cada filme da série. Conforme vemos uma progressiva tensão na trama, acompanhamos igualmente um crescente sombreamento dos cartazes, que deixa nítida a ideia de aumento das dificuldades enfrentadas pelas personagens.

Dessa forma, pode-se concluir por meio da análise dos cartazes da saga Harry Potter, que os elementos da Direção de Arte, cada vez mais transparentes aos olhos do espectador 'não-analista', garantem uma aparência mais realística às peças gráficas de um filme. Por outro lado, vê-se que a coerência da Direção de Arte se sustenta não em regras e leis de cores e outras conformações a priori, mas sim na rede de efeitos de sentidos que se constrói no decorrer de toda a película. É na repetição e criação de uma memória discursiva em torno dos filmes que os elementos da Direção de Arte, na saga, ganham sentido. Cores tradicionalmente usadas em sentidos distintos podem, no interior da cadeia de sentidos discursivos de uma saga longa como essa, acionar (fazer trabalhar) outros efeitos de sentidos. Essa consideração final impele a assumir, portanto, a importância dos conceitos da Análise do Discurso para a Direção de Arte, ou seja, é através da relação 'memória/esquecimento' discursivo que os elementos da direção de arte adquirem sentidos. É na construção de uma nova memória, e apagamento de outras, que cores, tipografias, harmonias e demais noções da Direção de Arte podem adquirir coerência significativa.

#### REFERÊNCIAS

ACHARD, P. et al. **Papel da memória**. Tradução de José Horta Nunes. Campinas: Pontes, 1999.

ALMEIDA, J. F. **O discurso da obsolescência: o velho, o novo e o consumismo**. 2013. 146 f. Dissertação (Mestrado em Ciência, Tecnologia e Sociedade) - Universidade Federal de São

Carlos, São Carlos, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/1123>>. Acesso em: 10 ago. 2018.

BUTRUCE, D. V. **A direção de arte e a imagem cinematográfica**: sua inserção no processo de criação do Cinema Brasileiro dos anos 1990. 192 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação) - Instituto de Artes e Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2005.

CAREGNATO, R. C. A.; MUTTI, R. Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. **Texto contexto - enferm.**, Florianópolis, v. 15, n. 4, p. 679-684, dez. 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/tce/v15n4/v15n4a17>>. Acesso em: 4 jun. 2018.

DANGER, E. P. **A cor na comunicação**. Rio de Janeiro: Fórum, 1973.

DONDIS, A. D. **Sintaxe da linguagem visual**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FARINA, M.; PEREZ, C.; BASTOS, D. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 5. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

FRASER, T.; BANKS, A. **O guia completo da cor**: livro essencial para a consciência das cores. 2. ed. [s. L.]: Senac, 2013.

ORLANDI, E. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. 8. ed. Campinas: Pontes, 2005.

\_\_\_\_\_. Do sujeito na história e no simbólico. **Escritos**, Campinas, n. 4, p. 17-27, mai. 1999.

PÊCHEUX, M. Análise Automática do Discurso (AAD-69). In: GADET, F. G.; HAK, Tony (Org). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas: Unicamp, 1993.

VALE, O. A. Expressões cristalizadas: transparência e opacidade. **Signótica**, v. 11, n. 1, p. 163-172, 2009.