

Comunicação Visual e Significados: Uma Análise dos Elementos Visuais do Desenho Animado Steven Universo¹

Bruna Lopes Cabral LIMA²
Bárbara EMANUEL³
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ.

RESUMO

Este trabalho investiga a comunicação de subjetividades a partir de elementos visuais, tomando como caso de estudo episódios do desenho animado Steven Universo. Independente do público, é certo que os desenhos animados transmitem mensagens, estimulam a imaginação, geram conhecimentos, emoções e auxiliam na construção identitária. Historicamente, os desenhos animados foram instituídos, no imaginário popular, como gênero narrativo voltado para as crianças. O vínculo entre o universo infantil e os desenhos animados não foi impedimento para a expansão aos públicos jovem e adulto. Em 2013, Steven Universo estreava no *Cartoon Network* dos Estados Unidos e em 2014 no Brasil, pelo mesmo canal televisivo por assinatura paga. Criada por Rebecca Sugar, a história retrata a vida do protagonista Steven Universo, metade humano, metade *gem*⁴ e suas aventuras intergalácticas com as *Crystal Gems*, um grupo formado por Garnet, Ametista e Pérola. Assim como em outras produções audiovisuais, os desenhos animados contêm recursos narrativos visuais, como cores, planos, ângulos e movimentos de câmera. Estes recursos envolvem estratégias para a geração de produção de sentido. A tomada de decisões prévia não é neutra; o que não é falado pelos personagens, muitas vezes, é comunicado visualmente. Compreender como essas mensagens são comunicadas, investigar seus possíveis significados e tentar aplicar essas estratégias em outras instâncias da comunicação visual são os objetivos deste trabalho. A abordagem sociosemiótica de Kress e Van Leeuwen (2006) permite debates sobre as possibilidades de escolhas e leituras dos elementos visuais. A partir dos conceitos do

¹ Trabalho apresentado na IJ 04 – Comunicação Audiovisual do XXV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 26 a 28 de maio de 2022.

² Bacharel do Curso de Jornalismo da UFF, e-mail: bruna.jornall@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo no Departamento de Comunicação Social da UFF, e-mail: be@id.uff.br

⁴ Espécie alienígena e mágica que possui pedras preciosas em seus corpos. Quando morrem, os personagens desaparecem e deixam somente a pedra. Se bem cuidada, a pedra faz o personagem ressurgir.

linguista David Halliday, os autores desenvolveram a Gramática do Design Visual (GDV) como norteadora da análise de imagens. Tal gramática explora as principais estruturas composicionais a partir das decisões dos produtores no processo de criação de qualquer composição visual. Do outro lado, a leitura daquele que observa não será, necessariamente, a mesma que a pretendida. Os estudos consideram as circunstâncias sociais e culturais específicas de produção e de compreensão e exploram os recursos visuais como ferramentas para a construção de significados. A GDV assume que há códigos visuais que são compartilhados socioculturalmente e que potencializam a produção de sentidos. As três metafunções de Halliday são transportadas para o campo visual da GDV e são denominadas representacional, interacional e composicional. Ao investigar as possibilidades de significados a partir da disposição dos elementos visuais, a configuração da metafunção composicional torna-se pertinente por sua abrangência às cores e ao enquadramento. Bellantoni (2005) preocupou-se em investigar as possibilidades de interpretações e percepções da cor nos filmes, o que facilitou a transposição para o desenho animado, visto que são produções audiovisuais. Para o enquadramento, em especial os planos, os ângulos e os movimentos de câmera, foram utilizados autores da área de fotografia e cinema, como Antônio Costa (2003), Jorge Pedro Sousa (2002), Marcel Martin (2005), Marília Mello Pisani (2013) e o cineasta Sergei Eisenstein (2002). A exploração teórica não propõe uma descrição inflexível das cores e dos enquadramentos. A associação a determinados objetos ou emoções nem sempre é a mesma, o que amplia a capacidade de representação e interpretação a diversos contextos. Em relação às cores, Steven Universo apresenta uma paleta extensa, com variações de matizes e de saturação. A descrição dos episódios contribuiu para a constatação de três cores principais: amarelo, rosa e azul. O amarelo manifesta-se nos momentos em que o protagonista se sente seguro: em sua própria casa, seja sozinho ou com o pai, e com os amigos. É uma cor que, na maioria das vezes, representa alegria e, em outros casos, a inocência. O rosa não é característico de uma cena em particular e acompanha a animação desde o primeiro episódio. O matiz é a combinação entre o roxo e o vermelho. O primeiro é habitualmente associado à magia e ao não corpóreo. O vermelho retoma a ideia dos sentimentos pujantes. No desenho animado, Steven não é totalmente humano, é metade *gem*. As noções apresentadas esclarecem o roxo como o lado mágico e o vermelho como o lado humano. Quando estão em harmonia, o rosa dos

poderes é usado para o bem; quando há desequilíbrio, o protagonista não consegue controlá-los. Por fim, o azul é manifestado como a linha entre a tranquilidade do amarelo e a explosão emocional do rosa. A cor tem maior relação com os pensamentos, não com a ação. Em geral, o azul está associado à ausência de algo, seja da alegria, da ação ou da energia. Há, portanto, um padrão cromático: amarelo, quando Steven sente-se seguro; azul quando Steven está triste e/ou desesperançoso e rosa quando não tem domínio sobre a situação e, conseqüentemente, sobre si mesmo. As decisões tomadas pelos diretores do desenho resultam na demonstração de um protagonista frágil e instável que atravessa momentos difíceis e não sabe lidar com eles. Assim como a escolha das cores, as escolhas de enquadramento levam o espectador/observador a focar no que é relevante, sem distrações para aspectos que não acrescentam à narrativa. Em relação aos planos, a maioria dos autores os caracteriza de acordo com um referencial corpóreo, o que vai de encontro aos estudos da comunicação subjetiva. Os poucos autores que se propuseram a caracterizar os planos de forma subjetiva corroboram as representações do desenho animado. A maioria das cenas é equilibrada através da centralização de um ou mais elementos. Enquadrar personagens ou objetos no centro da composição os concebe relevantes. Quando isso não ocorre, há preocupação com a valorização dos elementos não centralizados através de estratégias de fluxo visual e “peso” da cena. Por fim, há casos em que o enquadramento é desequilibrado. Enquanto alguns elementos são posicionados desarmonicamente sem propósito, outros são acomodados dessa forma porque optam por outras estratégias de enquadramento, como o ângulo *plongée* e o *contra plongée*. O movimento de câmera é visualizado apenas quando o objetivo é destacar as emoções do protagonista — o movimento *travelling*. Todos os componentes estão interligados ao conteúdo geral para a clareza da narração. O diretor da representação visual decide o que quer enquadrar, como (mais próximo, mais afastado, de cima ou de baixo) e onde (na direita ou na esquerda, em cima ou embaixo, no centro ou na margem), de forma a possuir, ou não, um fluxo entre si. Considerando Kress e Van Leeuwen (2006), é a escolha das cores e dos enquadramentos que possibilita a troca de mensagens entre os diretores (produtores) e espectadores/observadores, dentro de um tempo e espaço sociocultural. A investigação dos potenciais significados dos aspectos visuais dos desenhos animados contribui para o entendimento da comunicação de aspectos subjetivos em outras produções audiovisuais,

como filmes, seriados e documentários. Além disso, a pesquisa sobre Steven Universo dialoga com questões relacionadas a comunidades de fãs devido ao seu enredo que difere dos heróis clássicos e introduz debates sobre os significados das cores e enquadramentos ao público jovem. As noções apresentadas também oferecem discussões nos campos do Jornalismo e da Publicidade, visto que são formas de comunicação audiovisual. O Jornalismo depende de relações internas e externas, que incluem valores éticos, políticos e comerciais. Dessa forma, as decisões pelas cores e enquadramentos desse universo são permeadas por diferentes valores e princípios, a depender do propósito. A título de exemplo, o uso do grande plano geral e do plano geral contribui para o referencial geográfico e identificação de locais. Assim como, em um dos episódios do desenho animado analisado, um plano aberto é utilizado para determinar que o palco de uma cerimônia está localizado em uma praia, estes planos são usados para situar o espectador em matérias jornalísticas. Em uma pauta de meio ambiente, por exemplo, as grandes dimensões são importantes para introduzir o local. No quesito ângulo, o *plongée* diminui os indivíduos. Em Steven Universo, seu uso tem relação com a inferiorização dos personagens. No Jornalismo, a angulação pode diminuir uma pessoa ou um objeto em relação ao outro e/ou explorar a fragilidade de pessoas vulneráveis. O Jornalismo tenta se afastar do recurso “cor” numa tentativa de reprodução da realidade supostamente objetiva e imparcial que conserva a coloração real do enquadramento. Por outro lado, a Publicidade faz bastante uso deste e de outros recursos. Por exemplo, em uma peça analisada, ao demonstrar dois momentos da vida, são usadas duas cores para dividir a narrativa em duas fases. Kress e Van Leeuwen (2006) defendem a ideia de que a troca de mensagens não necessariamente constrói o mesmo significado pretendido. A maioria das estratégias foi observada com propósitos semelhantes, dentro do estudo aqui abordado. Em tese, não há “certo ou errado”, mas é possível observar que grande parte das estratégias das produções audiovisuais dialoga com as concepções apresentadas, pois compartilham códigos socioculturais similares.

PALAVRAS-CHAVE: Análise de imagens; Comunicação Visual; Desenho animado; Semiótica Social; Steven Universo.

REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Fundamentos de design criativo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BELLANTONI, Patti. **If It's Purple, Someone's Gonna Die: The Power of Color in Visual Storytelling for Film**. 1st American pbk. ed. 2005

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BRANDÃO, Eduardo Rangel. **Publicidade on-line, ergonomia e usabilidade: o efeito de seis tipos de banner no processo humano de visualização do formato do anúncio na tela do computador e de lembrança da sua mensagem**. 2006. Dissertação (Mestrado em Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ), Rio de Janeiro, 2006.

CARDOSO, Rodrigo da Silva. **Quem disse que filme de animação é coisa só de criança?** 2006. Tese (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda). – Centro Universitário de Brasília - UniCEUB. Brasília/Distrito Federal, 2006.

COSTA, Antonio. **Compreender o cinema**. Tradução: Nilson Moulin Louzada. 3 ed. São Paulo: Globo, 2003.

EISENSTEIN, Sergei. **O sentido do filme**. Tradução: Teresa Ottoni. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores**. 3 ed. São Paulo: Editora Annablume, 2004.

HALLIDAY, Michael Alexander Kirkwood. **Halliday's Introduction to Functional Grammar**. 4 ed. Oxon: Routledge, 2014.

JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem**. Tradução: José Eduardo Rodil. 1 ed. Lisboa: Edições 70, 2007.

KRESS, Gunther. **Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication**. 1 ed. New York: Routledge, 2010.

KRESS, Gunther.; VAN LEEUWEN, Theo. **Reading Images: The Grammar of Visual Design**. 2 ed. London; New York: Routledge, 2006.

HODGE, Robert; KRESS, Gunther. **Social Semiotics**. 1 ed. New York: Cornell University Press, 1988.

LUPTON, Ellen (org.). **Tipos na tela**. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.

MARTIN, Marcel; **A Linguagem Cinematográfica**. Tradução: Lauro António e Maria Eduarda Colares. Lisboa: Dinalivro. 2005.

MCCLLOUD, Scott. **Making Comics**. 1 ed. New York: HarperCollins, 2006.

MOREIRA, Karoline da Silva. **A cor e sua representação na Publicidade**. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda) – Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA. Assis, São Paulo, 2020.

MORTIMER, Eduardo F.; QUADROS, Ana Luiza de; SILVA, Ana Carolina Araújo da; SÁ, Eliane Ferreira de; MORO, Luciano; SILVA, Penha Souza; MARTINS, Reane Fonseca; PEREIRA, Renata Reis. **Interações entre modos semióticos e a construção de significados em aulas de Ensino Superior**. Revista Ensaio v. 16, n. 03, p. 121-145. Belo Horizonte, 2014.

ODININO, Juliane Di Paula Queiroz; SOUZA, Gustavo José Assunção de. **Desenho animado e imaginário infantil de massa: narrativas, mito e mídias na mediação escolar**. Revista Eletrônica de Educação, v. 14, p. 1-18. 2020

PATER, Ruben. **Políticas do design: Um guia (não tão) global de comunicação visual**. Tradução: Antônio Xerxenesky 1 ed. São Paulo: Ubu, 2020.

PETTERSSON, Rune. **Verbo-Visual Communication Verbo-Visual Communication**. The 4th International Research Symposium on Visual Verbal Literacy. p. 1-9, 1996.

PIMENTA, Sônia Maria de Oliveira. **O Signo da Receptividade: uma visão sócio-construcionista da interação**. Belo Horizonte: Faculdade de Letras da UFMG, 2006.

PISANI, Marília Melo. **A linguagem cinematográfica de planos e movimentos**. UFABC, 2013. Disponível em: <http://netel.ufabc.edu.br/cursos-internos/producao-de-video/wpcontent/uploads/2016/03/05b-ALinguagemCinematograficaDePlanosEMovimentos.pdf> Acesso em: 12 dez. 2021.

SOUZA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo: uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa**. Centro universitário Tabosa de Almeida (ASCES). Porto, 2002.

SOUZA, Samuel Possidonio de; OLIVEIRA, Rosemary Lapa de. **A ética em Steven Universo: Um modo de transversalizar a identidade através do herói.** APRENDER – Cad. de Filosofia e Psic. da Educação Vitória da Conquista Ano XIV n. 24 p. 165-178 Jul./dez. 2020.

SANTOS, Záira Bomfante dos. **A concepção de texto e discurso para semiótica social e o desdobramento de uma leitura multimodal.** Revista Gatilho, v.7, n.13. Juiz de Fora, 2019

SANTOS, Záira Bomfante dos; PIMENTA, Sônia Maria Oliveira. **Da semiótica social à multimodalidade: a orquestração de significados.** CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada, v.12, n.2, p. 295-324, 2014.

VIEIRA, Josenia Antunes; FERRAZ, Janaína de Aquino. **Percursos e avanços do texto multimodal: novas perspectivas na contemporaneidade.** Discursos Contemporâneos em Estudo. v. 1 n. 1, p. 9-24. 2011