

**UNIÃO BRASILEIRA DE FACULDADES – UNIBF
MBA EM MARKETING**

DANIELLE DE OLIVEIRA BERMÊO

**O IMPACTO DO CINEMA NO MARKETING DIGITAL: A
DIREÇÃO DE ARTE DE WES ANDERSON**

BRASÍLIA, AGOSTO DE 2023

DANIELLE DE OLIVEIRA BERMÊO

**O IMPACTO DO CINEMA NO MARKETING DIGITAL: A
DIREÇÃO DE ARTE DE WES ANDERSON**

Trabalho de Conclusão do Curso, apresentado
para obtenção de certificado no Curso de
Especialização – *Latu Sensu em Marketing* da
União Brasileira de Faculdades, UNIBF.

BRASÍLIA, AGOSTO DE 2023

RESUMO

O presente trabalho discute a influência do diretor Wes Anderson na direção de arte de vídeos publicitários de influenciadores no Instagram. A monografia tem como objetivo explorar a comparação entre esses projetos audiovisuais de marketing digital e os longas-metragens de Anderson, em termos de uso de cores, objetos de cena, figurino e estética como um todo. O trabalho analisa como o diretor influenciou obras publicitárias contemporâneas e como seus estilos visuais foram adaptados para criar vídeos que cativam audiência e alcançam visibilidade na plataforma de rede social.

Palavras-chave: Wes Anderson, Vídeos Publicitários, Marketing Digital, Direção de Arte, Estética.

ABSTRACT

This paper discusses the influence of film director Wes Anderson on the production design of influencers advertising videos on Instagram. The final paper aims to explore the comparison between these digital marketing audiovisual projects and Anderson's feature films, in terms of the use of colors, props, costumes, and overall aesthetics. The study examines how the director has influenced contemporary advertising works and how his visual styles have been adapted to create videos that captivate audience and gain visibility on the social media platform.

Keywords: Wes Anderson, Advertising Videos, Digital Marketing, Production Design, Aesthetics.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – O uso predominante do vermelho em “O Grande Hotel Budapeste” (a) e do amarelo em “Os Excêntricos Tenenbaums” (b)	13
Figura 2 – Dessaturação da imagem em “Moonrise Kingdom”	13
Figura 3 – Contraste de cores e narrativa em “Os Excêntricos Tenenbaums”	14
Figura 4 – Os uniformes nos filmes de Wes Anderson	15
Figura 5 – Figurinos do filme “Moonrise Kingdom”	16
Figura 6 – Exemplo de plano planimétrico em “Os Excêntricos Tenenbaums”	17
Figura 7 – Exemplo de plano planimétrico em grupo em “Os Excêntricos Tenenbaums”	18
Figura 8 – Planos “casa de bonecas” na cena de abertura de “Moonrise Kingdom” ..	19
Figura 9 – Outros exemplos dos planos “casa de bonecas”	19
Figura 10 - Exemplos de plano zenital em "Os Excêntricos Tenenbaums"	20
Figura 11 - Cenário mecânico em "A Crônica Francesa"	21
Figura 12 - Set de filmagem em formato de barco cortado ao meio de "A Vida Marinha com Steve Zissou"	22
Figura 13 - Uso de miniatura e pintura digital em "O Grande Hotel Budapeste"	23
Figura 14 - Processo de criação da miniatura do hotel em "O Grande Hotel Budapeste"	24
Figura 15 - Uso da fonte Futura nos filmes de Anderson.....	25
Figura 16 - Uso da fonte futura em "Os Excêntricos Tenenbaums"	26
Figura 17 - Fonte utilizada como inspiração para Tilda em "Moonrise Kingdom" ...	27
Figura 18 - Caligrafia de Max em "Três é Demais"	27
Figura 19 - Caligrafias de Suzy e Sam em "Moonrise Kingdom"	28
Figura 20 - Comparação entre "Vista pro Mar" e "Moonrise Kingdom"	32
Figura 21 - Pôster de "A Crônica Francesa" (a), imagem do vídeo de Letícia Ribeiro (b) e imagem do videoclipe "Aline" (c).....	33
Figura 22 - Inspiração de Letícia Ribeiro nos planos "casa de bonecas" de Anderson	34
Figura 23 - A inspiração de Ribeiro em "Hotel Chevalier"	35

Figura 24 - Simetria, tipografia e figurino coordenado em "As 5 linguagens do amor com Two Lost Kids"	36
Figura 25 - Planos planimétricos, plano zenital e tipografia em "Forever Sisterhood"	37
Figura 26 - Simetria, paleta de cores coordenada e plano zenital no vídeo de Michell Lott.....	38
Figura 27 - Comparação das escolhas estéticas de Luíza Brando com "Moonrise Kingdom"	39
Figura 28 - Referências de Luíza Brando em "Ilha dos Cachorros" e "A Crônica Francesa"	40

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
1 DIREÇÃO DE ARTE.....	8
1.1 Direção de arte no cinema.....	8
1.2 Direção de arte na publicidade.....	9
2 A ESTÉTICA DE WES ANDERSON	11
2.1 Cores	12
2.2 Figurino	14
2.3 Fotografia	16
2.4 Cenografia	21
2.5 Tipografia	25
3 OS VÍDEOS PUBLICITÁRIOS EM REDES SOCIAIS E SUAS REFERÊNCIAS CINEMATOGRAFICAS	29
3.1 A publicidade nas mídias sociais e a importância do Marketing de Influência.....	29
3.2 A utilização de elementos visuais inspirados na direção de arte de Wes Anderson em vídeos publicitários	30
3.2.1 Letícia Ribeiro	31
3.2.2 Two Lost Kids.....	35
3.2.3 Michell Lott	37
3.2.4 Luíza Brando.....	38
4 CONCLUSÃO.....	41
5 METODOLOGIA.....	43
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44

INTRODUÇÃO

A direção de arte no cinema é um elemento crucial para dar vida ao filme e definir o entendimento do espectador sobre o que se é visto. Ela abrange tudo o que se vê na tela, desde objetos de cena, cores, maquiagem a figurinos e cenários. Pode representar os sentimentos de uma personagem, definir uma época ou mesmo poderá mostrar informações além do que é falado.

Na publicidade ela também tem se mostrado de extrema importância, pois vai refletir visualmente a mensagem que está sendo vendida, juntamente com os valores da marca que está representando, trazendo visibilidade e atraindo o olhar de quem passa por ela. No Instagram esse destaque é essencial, pois milhões de vídeos publicitários são postados diariamente e o fluxo de conteúdo recebido por cada usuário da rede é enorme, portanto, todas as ferramentas que podem ser utilizadas para dar ênfase a um vídeo são bem-vindas. A direção de arte vai fazer esse papel e quanto mais distinta ela for, mais atenção chamará e mais visualizações terá, trazendo mais destaque ao vídeo e à marca que está anunciando.

Este trabalho tem como objetivo geral analisar de que forma a direção de arte e a estética presentes nas obras do proeminente diretor Wes Anderson influenciam publicidades em vídeo no Instagram. Os objetivos específicos são compreender o conceito de direção de arte, entender a sua aplicação nos filmes de Anderson, analisar projetos audiovisuais publicitários e comparar as escolhas estéticas desses vídeos com as do diretor.

Wes Anderson é conhecido por seu estilo visual distinto, caracterizado pelo uso de cores vibrantes, posicionamento de objetos de cena pensados meticulosamente, atenção aos detalhes, estética retrô e simetria. Nos vídeos analisados é possível observar como esse estilo de direção de arte foi adaptado e incorporado nas publicidades no Instagram e como impactou a linguagem visual, a narrativa e o *branding* do marketing digital contemporâneo.

O trabalho em questão se trata de uma análise de conteúdo e utiliza a coleta de dados através de pesquisas videográficas e bibliográficas. Foi dividido em três partes para atingir da melhor forma seus objetivos. Na primeira discorre sobre a importância da direção de arte no cinema e na publicidade. Na segunda analisa as obras audiovisuais do diretor Wes Anderson e observa como as escolhas estéticas influenciam no *storytelling* dos filmes. Na última verifica as semelhanças entre o estilo visual de Anderson com a direção de arte criada por criadores de conteúdo no Instagram para ambientar um projeto publicitário.

Visto que Wes Anderson é um diretor em ascensão e que suas obras servem de referência artística para os mais diversos tipos de obras, é importante discutir seu impacto nas mídias contemporâneas e apresentar formas de desenvolver o marketing digital no Instagram de forma mais criativa e profunda.

1 DIREÇÃO DE ARTE

1.1 Direção de arte no cinema

A direção de arte é um departamento fundamental na produção cinematográfica, responsável por criar a estética visual de um filme e contribuir para a construção da narrativa. Segundo LoBrutto (2002, p.3), a direção de arte é responsável por criar a ilusão de verossimilhança e fantasia dentro do universo fílmico, funcionando a serviço da história, da visão e da criação.

Além disso, a direção de arte desempenha um papel crucial na transmissão das emoções e dos sentimentos dos personagens por meio da escolha das cores, texturas e iluminação dos cenários. De acordo com Bordwell e Thompson (2016, p. 124), a direção de arte, juntamente com a fotografia, pode ser utilizada para criar um contraste entre partes escuras e claras de uma cena e assim ajudar a compor o ambiente em que ela se passa, destacando elementos importantes na narrativa.

Outra função importante da direção de arte é assegurar que todos os elementos visuais do filme estejam em harmonia com a visão do diretor. Isso requer uma estreita colaboração com outros membros da equipe criativa, como o diretor de fotografia e o figurinista. Para Ascher e Pincus (2019), a colaboração entre esses membros da equipe é a principal definição da produção de um filme e se torna essencial para garantir a coerência em todos os aspectos.

O termo “*production designer*” é amplamente utilizado na indústria cinematográfica para se referir ao profissional responsável pela criação do design visual de um filme. De acordo com Rizzo (2005, p. 3), a hierarquia do departamento de arte é formada pelo *production designer* no topo, seguido do *art director*. Um complementa o outro, porém o *production designer* é o responsável por trazer o conceito visual através do design e dos cenários enquanto o *art director* transforma o design que está no esboço em algo físico. Segundo LoBrutto, o *production designer*:

Investiga o mundo em que o filme se passa para estabelecer um senso de autenticidade. O *production designer* deve interpretar e transformar a história, personagens e temas narrativos em imagens que englobem a arquitetura, a decoração, o espaço físico, a tonalidade e a textura. Os *production designers* utilizam esboços, ilustrações, fotografias, maquetes e *storyboards* detalhados para planejar cada cena em detalhes microscópicos e macroscópicos. Os *production designers* são responsáveis pelo departamento de arte e gerenciam uma equipe criativa que inclui diretores de arte, decoradores de cenários, mestres de propriedades, pintores, carpinteiros e artesãos especializados. (LoBrutto, 2002, p. 1, tradução nossa)¹

No entanto, é importante ressaltar que o uso desse termo pode variar de acordo com a região e a cultura cinematográfica. Por exemplo, na França, o termo utilizado para se referir ao profissional responsável pelo design visual é “*chef décorateur*” (Nouvel e Rabaud, 2012). No Brasil, o termo mais utilizado é “diretor(a) de arte”. De acordo com Caffé (2017, p. 25), o diretor de arte está no topo da hierarquia do departamento de arte e é responsável pela concepção visual do filme na etapa preparação e pela coordenação da equipe de arte na pré-produção e no momento da filmagem. Essa função engloba a criação de universo visual coerente com a história e os personagens do filme, levando em consideração aspectos como cenários, figurinos, adereços, maquiagem e objetos decorativos.

1.2 Direção de arte na publicidade

Na publicidade e propaganda, a direção de arte desempenha um papel fundamental. É responsável por criar a estética visual dos projetos e contribuir para a comunicação eficaz das mensagens publicitárias. Seu objetivo é atrair a atenção do público-alvo, transmitir a mensagem desejada e fortalecer a identidade da marca. Mongelos, Siqueira e Prandi (2018, p. 7) afirmam que:

¹ No original: Researches the world in which the film takes place to establish a sense of authenticity. The production designer must interpret and transform the story, characters, and narrative themes into images that encompass architecture, décor, physical space, tonality, and texture. Production designers use sketches, illustrations, photographs, models, and detailed production storyboards to plan every shot from microscopic to macroscopic detail. Production designers are the heads of the art department and manage a creative team that includes art directors, set decorators, property masters, painters, carpenters, and specialty crafts people.

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.

Para Burtenshaw (2010), ela envolve a escolha cuidadosa dos elementos visuais, a fim de fazer uma ligação entre texto e imagem, além dos outros detalhes gráficos que constam numa propaganda, como as cores, tipografias e layouts. Ela também é responsável por criar conceitos criativos, definir as diretrizes visuais e o desenvolvimento de um estilo único para cada campanha. É utilizada para contribuir na construção de histórias visualmente impactantes, usando técnicas de composição, design gráfico e edição visual para criar uma experiência envolvente e memorável para o público.

Além disso, a função da direção de arte no âmbito da publicidade procura comunicar os princípios, a identidade e os atributos distintivos da marca através da sua expressão visual. Colaborando de forma conjunta com redatores, profissionais de planejamento de mídia, fotógrafos, ilustradores, cinegrafistas e outros envolvidos na concepção da campanha publicitária, o departamento de arte garante que a mensagem será visualmente coerente, persuasiva e alinhada com os objetivos do projeto. Adicionalmente,

O diretor de arte é responsável por “elaborar” os anúncios, garantindo que serão visualmente fortes e terão layout e composição consistentes em toda a campanha. Também é crucial que o produto final reflita e transpire os valores da marca. (Burtenshaw, 2010, p. 132)

2 A ESTÉTICA DE WES ANDERSON

Wes Anderson é um cineasta conhecido por fazer filmes com grande impacto visual e estilo narrativo particular, partes de um mundo fantástico e ao mesmo tempo realista e que oscilam entre os gêneros cinematográficos da comédia e do drama embrulhados em uma composição estética impecável.

Para compreender melhor os elementos que compõem o universo do diretor, o site The Conversation publicou um artigo descrevendo qual é a “receita Wes Anderson”, ou seja, quais pontos devem estar presentes para recriar o estilo adotado por ele:

1. Ângulo frontal;
 2. Plano *tableau*;
 3. Enquadramento simétrico (incluindo enquadramento centralizado);
 4. Ângulo alto (*plongée* absoluto ou *bird's eye view*);
 5. Câmera fixa ou movimento de câmera com objeto em primeiro plano;
 6. Câmera lenta;
 7. Sequência de montagem com trilha sonora (especialmente rock ou músicas instrumentais excêntricas);
 8. Paletas de cores harmoniosas.
- (Buckland, 2023, tradução nossa)²

Browning (2011, p. ix, tradução nossa)³ descreve: “Os únicos filmes com que os filmes de Wes Anderson se parecem são outros filmes de Wes Anderson”. Com isso, o autor afirma que o estilo único dos filmes de Anderson é resultado do trabalho do diretor em diversas frentes da produção, pois além de dirigir, ele também escreve o roteiro, faz escolhas estéticas e ocasionalmente produz os filmes. De acordo com MacDowell em “Notes on Quirky” (2010, p. 6), esse estilo único pode ser definido como parte de um “cinema excêntrico”, um conceito que envolve, por exemplo, uma narrativa tragicômica, misturando elementos do drama e da comédia, além de utilizar

² No original: 1. Head-on camera angle; 2. Tableau shot; 3. Symmetrical framing (including centred framing); 4. Top (birds-eye) view; 5. Still camera or foregrounded camera movement; 6. Slow motion; 7. Montage sequence with a soundtrack (especially rock or quirky instrumental music); 8. Harmonious colour palettes.

³ No original: The only movies Wes Anderson films look like are other Wes Anderson films.

planos estáticos e simétricos, cores vibrantes e cenas em que os personagens parecem olhar através da câmera, dando um senso de ter a consciência de que estão dentro de um filme.

Com o objetivo de fazer uma análise mais aprofundada dos componentes visuais nas obras de Wes Anderson, serão apresentados a seguir os aspectos que contribuem para a construção da narrativa e de uma atmosfera única de cada produção cinematográfica do diretor: as cores, o figurino, a fotografia, a cenografia e a tipografia.

2.1 Cores

É possível expandir a compreensão de um filme por meio de sua paleta de cores, pois elas conseguem despertar emoções e definir o tom da narrativa. Os filmes de Wes Anderson são visualmente impactantes devido ao exímio uso das cores, pois elas são fundamentais para definir a identidade visual do diretor. O uso de cores pastéis ou cores vibrantes com alta saturação traz um toque vintage às criações do diretor.

No mundo de Anderson, a cor geralmente assume a liderança, não as tonalidades em preto e branco. Estritamente em termos de paletas, as suas coloridas no estilo do começo do século XX oferecem uma nostalgia possivelmente mais fiel às memórias daqueles que viveram o período do que àqueles cujo romantismo da guerra mundial provém apenas de filmes em preto e branco. (Boone, 2015, p. 143, tradução nossa)⁴

Segundo o canal StudioBinder (2020), os três pilares principais para analisar cores são: matiz, saturação e brilho. A matiz fala sobre a família de cor que é utilizada, que no caso dos filmes de Anderson variam entre cores primárias, com ênfase no uso frequente de vermelhos e amarelos.

⁴ No original: In Anderson's world, color usually takes the lead, not black-and-white tonalities. Strictly in terms of palette, his fullcolor early twentieth century offers a nostalgia possibly more accurate to the memories of those whose world war romanticism comes only from black-and-white movies.

Figura 1 – O uso predominante do vermelho em “O Grande Hotel Budapeste” (a) e do amarelo em “Os Excêntricos Tenenbaums” (b)



Fonte: <https://urx1.com/saPba>. Acesso em 27 de julho de 2023.

Já a saturação fala sobre a intensidade da cor, e o diretor opta por cores com alta saturação, realçando ainda mais essas cores primárias. Se há alguma cena com menos saturação é com o intuito de demonstrar alguma interpretação negativa ou mudança no tom, mostrando como as cores são utilizadas também como elemento narrativo.

Figura 2 – Dessaturação da imagem em “Moonrise Kingdom”



Fonte: <https://11nq.com/F74Pl>. Acesso em 27 de julho de 2023.

O brilho aborda a luminosidade na imagem, o quanto uma imagem é clara ou escura. No geral, os filmes do diretor costumam ter a maior parte das cenas com imagens mais brilhantes e claras, contrastando com a narrativa, que geralmente aborda

temas complexos ou melancólicos, como por exemplo no filme *Os Excêntricos Tenenbaums* (2001), onde a escolha estética para uma cena em que a família está reunida em um quarto de hospital após a tentativa de suicídio de um dos filhos é de cores claras e vibrantes, o que entra em contraste com o conflito interno e o contexto difícil em que aqueles personagens estão vivendo.

Figura 3 – Contraste de cores e narrativa em “Os Excêntricos Tenenbaums”



Fonte: <https://ury1.com/tFX3Y>. Acesso em 28 de julho de 2023.

2.2 Figurino

Para Lannom (2021), as figuras presentes nos filmes de Anderson utilizam figurinos que se encaixam na categoria “uniforme de personagem”⁵, ou seja, as vestimentas serão padronizadas, podendo ser um uniforme de fato, um estilo particular ou uma paleta de cores que se repetirá em todas as roupas daquele personagem. Corà (2021, tradução nossa)⁶ descreve: “As roupas que vemos na tela são às vezes exageradas (assim como os personagens), com um toque irônico, colorido e *vintage*”.

⁵ Tradução nossa.

⁶ No original: The looks we see on the screen are sometimes exaggerated (just like the characters), with an ironic, colorful and vintage touch.

Figura 4 – Os uniformes nos filmes de Wes Anderson



Fonte: Composição da autora.⁷

A figurinista Milena Canonero, que trabalhou com Wes Anderson em filmes como *A Vida Marinha com Steve Zissou* (2005), *Viagem a Darjeeling* (2007) e *O Grande Hotel Budapeste* (2014), afirma que:

Os atores de um filme de Wes Anderson gostam de usar suas roupas. Eu lhes mostro desenhos de seu visual, e eles sabem que, a essa altura, tudo já foi acertado com Wes. A maioria deles já participou de seus outros filmes e entende algumas das peculiaridades típicas de Wes. Em seguida, Wes faz os últimos retoques, especialmente na maquiagem e no cabelo, que são tão especiais para ele. (Canonero, 2014, tradução nossa)⁸

Para *Dark* (2021), os elementos que são encontrados recorrentemente nos figurinos dos filmes do diretor são: coordenação monocromática de cores, uso frequente de amarelos, vermelhos e marrons e cores pastéis.

⁷ Montagem a partir de imagens coletadas nos sites da Vanity Fair, Daily Mail, Brit + Co e Pinterest.

⁸ No original: The actors on a Wes Anderson movie like to wear their clothes. I show them drawings of their look, and they know by then everything has been worked out with Wes. Most of them have played in his other movies and understand some of the typical quirkiness of Wes. Then Wes will do the last touches, especially with the makeup and hair that he is so particular about.

Figura 5 – Figurinos do filme “Moonrise Kingdom”



Fonte: <https://ury1.com/iPXml>. Acesso em 28 de julho de 2023.

2.3 Fotografia

As escolhas feitas pela direção de fotografia de enquadramento e movimentos de câmera constituem um aspecto fundamental e distintivo da linguagem cinematográfica de Anderson. Sua assinatura visual é marcada pelos planos extremamente simétricos, o que o teórico e crítico de cinema David Bordwell (2007) nomeia de *planimétrico*. Para ele, o plano planimétrico consiste em:

A câmera está perpendicular a uma superfície de fundo, normalmente uma parede. Os personagens estão postados através do quadro como roupas em um varal. Às vezes, eles estão nos encarando, então a imagem parece com pessoas em uma revista policial. Às vezes as figuras estão de perfil, geralmente porque estão conversando, mas, da mesma forma, podem falar enquanto olham para a frente. Ou as tomadas são registradas bem de perto, ou os personagens são diminuídos pelos entornos. Nos dois casos, esse tipo de enquadramento evita alinhá-los em diagonais regressivas. Quando há um ponto de fuga, ele tende a estar no centro. Se os personagens estão compostos em profundidade, eles tendem a ocupar linha paralelas. (Bordwell, 2007 *apud* Kaneco, 2022)

Sobre esse plano nos filmes de Anderson, Katie Liggera complementa:

Composições planimétricas orientam os personagens especificamente dentro de um ângulo perpendicular à câmera. Perfilar os personagens desta forma acentua as expressões e coloca uma aparência achatada ao plano de fundo. Anderson, frequentemente, emprega essa técnica para apresentar personagens específicos dentro de uma cena, produzindo simetria e, também um hiper-realismo surrealista. (Liggera, 2021 *apud* Kaneco, 2022)

Bordwell (2015, p. 239) explica que, nesse tipo de plano, os atores geralmente estão de frente para a câmera, mas pode-se girá-los em 90° para direita ou para a esquerda e até mesmo virá-los de costas, mantendo a simetria do plano.

Figura 6 – Exemplo de plano planimétrico em “Os Excêntricos Tenenbaums”



Fonte: Bordwell, David (2015, p. 239)

Ele acrescenta que, ao filmar grupos, os atores podem ser organizados no espaço com alguma profundidade, mas sempre de maneira perpendicular e paralela. Anderson se torna o principal exemplo no uso dos planos planimétricos, pois, ao contrário de outros diretores que o utilizam pontualmente, ele faz desse enquadramento parte fundamental do seu estilo visual. Segundo Matt Zoller Seitz:

O gosto de Anderson por planos perfeitamente equilibrados e retilíneos – planos em que você pode dividir o quadro em metades quase espelhadas desenhando uma linha no meio – nunca pareceu tão opressivo. (Seitz, 2013, p. 198)

Figura 7 – Exemplo de plano planimétrico em grupo em “Os Excêntricos Tenenbaums”



Fonte: Bordwell, David (2015, p. 239)

Além da simetria, outra característica fundamental da estética do diretor é o uso de planos “casa de bonecas”⁹, que consiste em mostrar os espaços do filme em vistas quadradas e fechadas, como se os sets de filmagem estivessem dentro de caixas. Dessa forma, a câmera passa pelos espaços como de forma vertical e horizontal, como se os sets estivessem sido construídos lado a lado, como uma casa de boneca vista de fora. Bordwell (2015, p. 238) cita como exemplos desse tipo de plano o barco de *A Vida Marinha com Steve Zissou* (2005), o trem de *Viagem a Darjeeling* (2007) e a cena de abertura de *Moonrise Kingdom* (2012). Além disso:

Os planos “casa de bonecas” de Anderson combinam com o visual planimétrico para transformar adultos em pessoas de brinquedo, quase como itens dispostos em uma caixa de Joseph Cornell. É um estilo adequado para ambientes mágico-realistas como o mundo de Steve Zissou. Em *Moonrise Kingdom*, ele encontra seu eco em livros ilustrados para crianças. (Bordwell, 2015, p. 240, tradução nossa)¹⁰

⁹ Tradução nossa.

¹⁰ No original: Anderson’s “dollhouse” frames combine with the planimetric look to turn adults into toy people, almost like items laid out in a Joseph Cornell box.⁷ It’s a style suitable for magical-realist environments like the world of Steve Zissou. In *Moonrise Kingdom*, it finds its echo in children’s illustrated books.

Figura 8 – Planos “casa de bonecas” na cena de abertura de “Moonrise Kingdom”



Fonte: <https://ury1.com/R7BHB>. Acesso em 31 de julho de 2023.

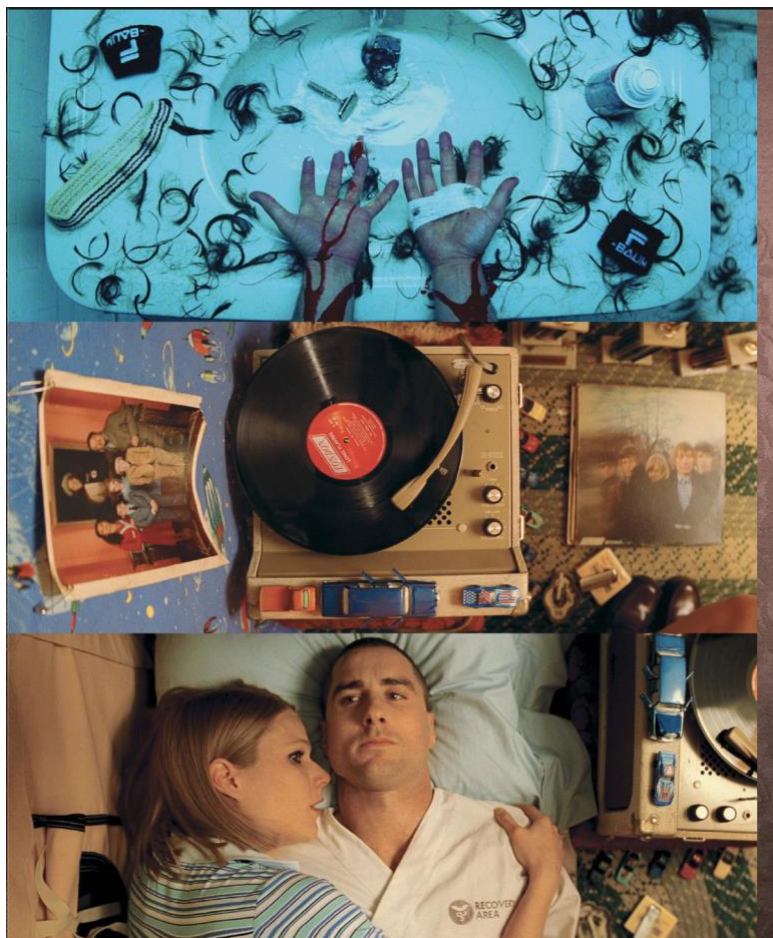
Figura 9 – Outros exemplos dos planos “casa de bonecas”



Fonte: Seitz, Matt Zoller (2013, p. 153)

A fotografia nos filmes do diretor também é marcada pelo uso expressivo do plano zenital ou plongée absoluto, chamado em inglês de *bird's eye view* (vista de pássaro) ou mesmo *God's-eye-view* (vista de Deus), que consiste em colocar a câmera no alto, acima do objeto a ser filmado, o retratando a 90° de cima para baixo. De acordo com Azevedo (2019), esse plano possui a vantagem de obter o máximo de informações, bem como um escopo visual claro e objetivo. Além disso, o plano zenital permite que o espectador foque no objeto que está sendo apresentado na cena, pois os objetos nos filmes de Anderson contam a história do filme juntamente aos personagens.

Figura 10 - Exemplos de plano zenital em "Os Excêntricos Tenenbaums"



Fonte: Seitz, Matt Zoller (2013, p. 150)

2.4 Cenografia

Em entrevista às *Vanity Fair* (2023), o diretor de arte Adam Stockhausen, responsável por assinar o design visual de *Moonrise Kingdom* (2012), *O Grande Hotel Budapeste* (2014) e *A Crônica Francesa* (2021), afirma que nos filmes de Anderson há muitos cenários que são mecânicos, construídos para serem os mais leves e flexíveis possível, com o objetivo de poder movimentá-los durante as cenas e serem vistos de dentro para fora ou de fora para dentro. Um exemplo desse tipo de cenografia é no filme *A Crônica Francesa* (2021), onde o cenário é montado em camadas e, quando movimentado, revela um outro ambiente que não era possível ser visto anteriormente.

Figura 11 - Cenário mecânico em "A Crônica Francesa"



Fonte: Fair, Vanity (2023)

De acordo com o canal StudioBinder (2021), Anderson cria mundos que colocam o espectador dentro de um livro de histórias e transforma a cenografia utilizada nos filmes em personagens. Em *A Vida Marinha com Steve Zissou* (2005), o barco “Belafonte” ajuda a contar a história de Steve Zissou e dos outros personagens

presentes nele, além de compor o universo fílmico. Para as filmagens, a equipe de cenografia e direção de arte construiu um *set* de filmagem em formato de barco cortado ao meio, para que fosse possível ver todos os cômodos presentes no barco pelo lado de fora, facilitando a gravação de planos “casa de bonecas”, pois dessa forma a câmera pode transitar de um cômodo para outro, verticalmente ou horizontalmente.

Figura 12 - Set de filmagem em formato de barco cortado ao meio de "A Vida Marinha com Steve Zissou"



Fonte: Seitz, Matt Zoller (2013, p. 180-181)

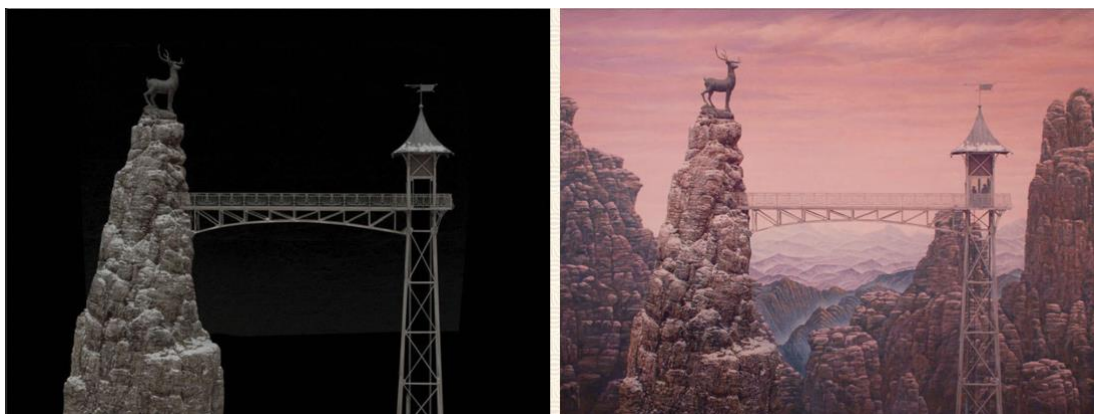
Os *sets* de filmagem nos filmes de Wes Anderson são construídos com o intuito de serem, de certa forma, artificiais aos olhos do público, como se fossem descolados da realidade. Para isso, contam com cores vibrantes, formatos não convencionais, objetos de cena *vintage* e com muitos elementos artesanais, especialmente nas cenas que contêm *stop-motion*, miniaturas e cenários pintados à mão. Essas características ajudam a consolidar o estilo estético do diretor.

Os filmes de Wes Anderson admitem prontamente, até mesmo com entusiasmo, a qualidade de “miniatura” dos mundos que ele constrói, em sua cenografia e trabalho de câmera, no uso de *stop-motion*, mapas e modelos. (Chabon, 2013, tradução nossa)¹¹

O uso de miniaturas para compor a cenografia também é um traço artístico do diretor. Geralmente ele opta por utilizar uma mistura de miniaturas com pintura digital, para preencher os detalhes do fundo e trazer profundidade.

¹¹ No original: Wes Anderson’s films readily, even eagerly, concede the “miniature” quality of the worlds he builds, in their set design and camera-work, in their use of *stop-motion*, maps, and models.

Figura 13 - Uso de miniatura e pintura digital em "O Grande Hotel Budapeste"



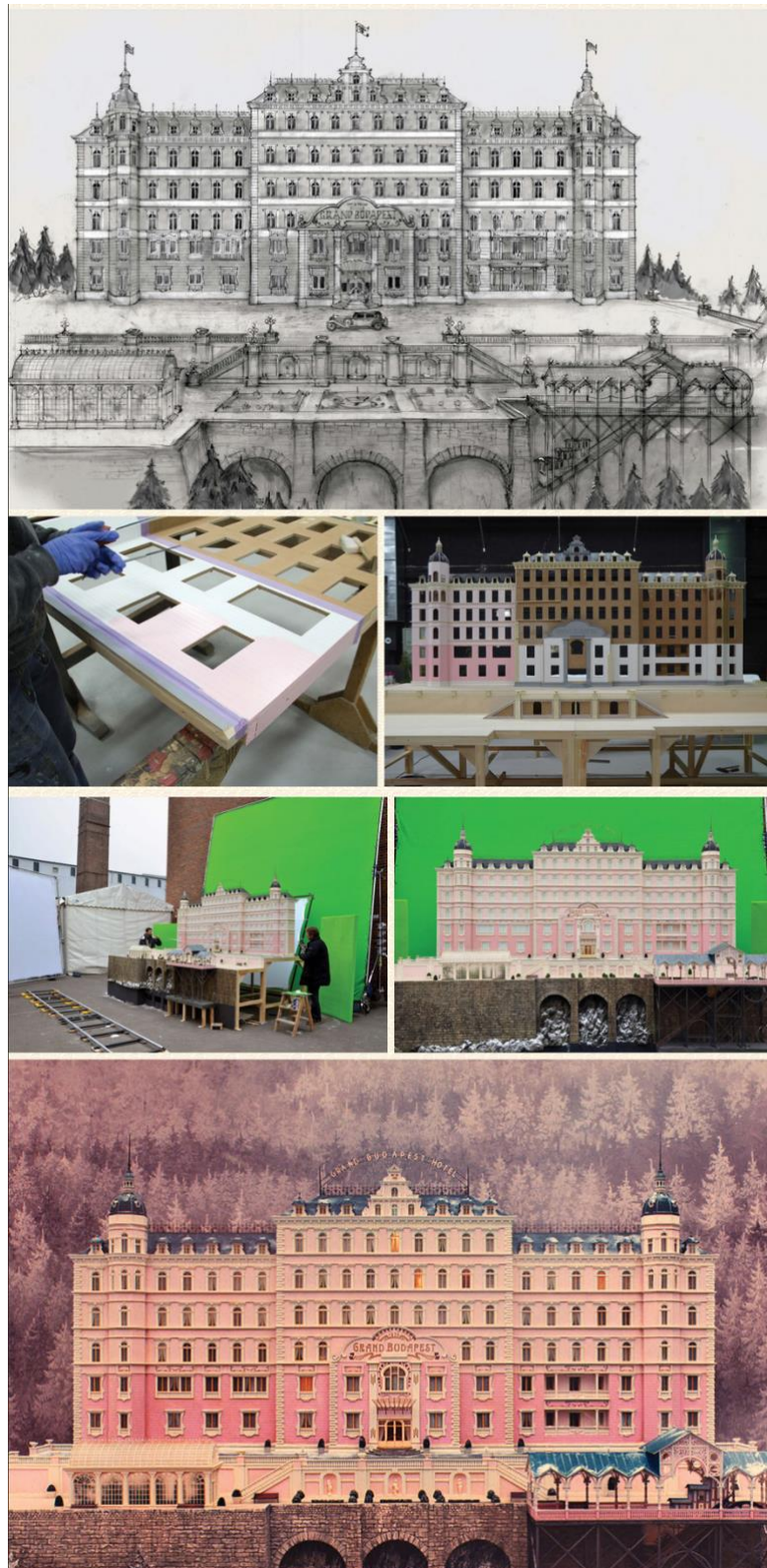
Fonte: Seitz, Matt Zoller (2015, p. 111)

Sobre o uso de miniaturas em sua criação artística e no filme *O Grande Hotel Budapeste* (2014), Wes Anderson afirma:

Essa é uma daquelas situações em que você diz: “Bem, estou mais interessado na coisa que podemos inventar, na coisa que não está tentando ser totalmente realista, na coisa que é mais uma representação”. Em vez de tentar descobrir uma maneira de compor digitalmente todas essas coisas fotorrealistas, o que, na minha opinião, pode limitar o seu escopo, gosto de fazer algo que seja uma pintura e uma miniatura – e, claramente, é isso que muitas das coisas no filme são: uma pintura ou uma miniatura. Esse é exatamente o mundo em que eu gostaria que o público estivesse. Podemos criar o clima que quisermos e ir além do que a realidade nos permite. (Anderson, 2015, p. 106, tradução nossa)¹²

¹² No original: This is one of those situations where you say, “Well, I’m more interested in the thing that we can invent, the thing that’s not trying to be completely realistic, the thing that’s more a representation.” Rather than trying to figure out a way to digitally composite all of these photorealistic things, which I think can limit your scope, I like to do something that’s a painting and a miniature—and very clearly, that’s what a lot of the stuff in the movie is: a painting or a miniature. That is exactly the world that I would like for the audience to be in. We can create whatever mood we want, and go further than any reality is going to let us.

Figura 14 - Processo de criação da miniatura do hotel em "O Grande Hotel Budapeste"



Fonte: Seitz, Matt Zoller (2015, p. 108-109)

2.5 Tipografia

Além de utilizar os elementos estéticos mais tradicionais (como os citados anteriormente) para compor o seu estilo artístico, Anderson recorre a um elemento fundamental, porém sutil e que não costuma ser levado em consideração quando se pensa na marca visual de um diretor de cinema: a tipografia. Ela se torna uma característica indispensável nos filmes do diretor, pois a escolha da fonte reflete o tom do filme, o contexto em que a trama se passa e, até mesmo, mostra a personalidade dos personagens.

A fonte mais utilizada por Wes Anderson definitivamente é Futura, uma fonte extremamente geométrica e não serifada. Segundo Boman (2021), a escolha dessa fonte traduz o estilo retrofuturista e propositalmente artificial da estética do diretor, pois, ao optar pelo uso excessivo da fonte nos mais diversos tipos de local, leva o espectador à suspensão da realidade do mundo descrito na obra, o que todos os outros elementos estéticos da direção de arte de Anderson endossam. O diretor também utilizou a fonte e suas variações nos títulos de abertura e nos créditos de vários de seus filmes, virando sua assinatura visual.

Figura 15 - Uso da fonte Futura nos filmes de Anderson



Fonte: <https://ury1.com/IFEEw>. Acesso em 04 de agosto de 2023.

De acordo com Lannom (2021), o diretor utiliza a tipografia como forma de fazer com que o espectador preste atenção nos mínimos detalhes do filme e que ele

entenda que tudo que está na tela é importante e deve ser lido. No filme *Os Excêntricos Tenenbaums* (2001) praticamente todos os elementos gráficos são escritos com Futura e foi utilizada aproximadamente em 17% do tempo do filme (Boman, 2021). Esse uso excessivo constrói um universo completamente particular em que a obra é inserida, principalmente com o objetivo de mostrar que a cidade de Nova Iorque que o filme retrata não é a mesma do mundo real.

Figura 16 - Uso da fonte futura em "Os Excêntricos Tenenbaums"

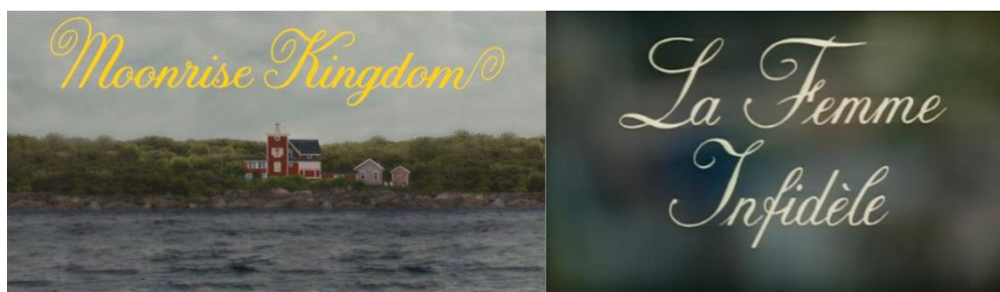


Fonte: Composição da autora.¹³

Apesar do estilo característico de Anderson estar muito relacionado ao uso de Futura, o diretor não se limita apenas a ela. Em *Moonrise Kingdom* (2012) a fonte utilizada na obra é Tilda, criada especialmente para o filme. Blandino (2021) explica que a artista responsável pela criação da fonte, Jessica Hische, se inspirou nos Estados Unidos dos anos 60 (época em que o filme foi baseado) e na inspiração da fonte usada no filme *La Femme Infidèle* (1969), da *nouvelle vague*, movimento que costuma servir de inspiração para o diretor.

¹³ Montagem a partir de imagens coletadas no site Mark Simonson Studio.

Figura 17 - Fonte utilizada como inspiração para Tilda em "Moonrise Kingdom"



Fonte: Composição da autora.¹⁴

Em *O Fantástico Sr. Raposo* (2009), a fonte que se destaca é Helvetica e em *O Grande Hotel Budapeste* (2014) o diretor opta pelo uso de Archer e Futura (Schwartz, 2017). Além de escolher fontes que marcam a composição visual de cada filme, outro traço tipográfico característico de Anderson é o uso da caligrafia. Ela é parte importante dos filmes, pois são o retrato fiel do personagem que ela representa. Em *Três é Demais* (1998), Max é o presidente do clube de caligrafia, portanto, sua forma de escrever é robusta e bela.

Figura 18 - Caligrafia de Max em "Três é Demais"



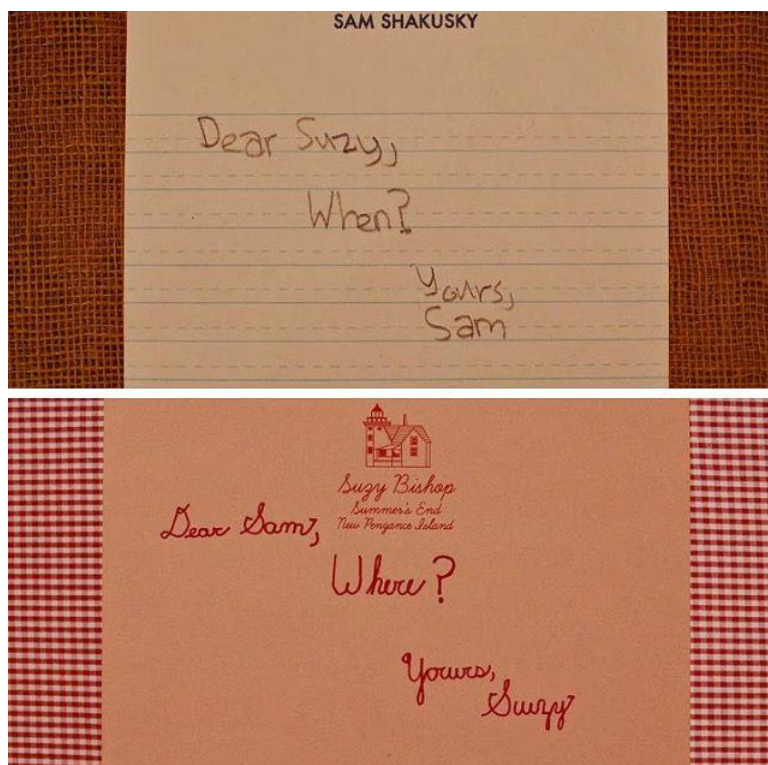
Fonte: <https://ury1.com/2HweN>. Acesso em 04 de agosto de 2023.

No filme *Moonrise Kingdom* (2012), Suzy e Sam trocam cartas em que a caligrafia de cada um e a escolha do papel de carta corresponde à personalidade desses personagens, acrescentando significado narrativo aos elementos visuais. Esses exemplos

¹⁴ Montagem a partir de imagens coletadas nos sites Art of The Title e Blog by Pixartprinting.

comprovam que as histórias de Wes Anderson também são contadas através dos elementos tipográficos.

Figura 19 - Caligrafias de Suzy e Sam em "Moonrise Kingdom"



Fonte: <https://urx1.com/E8Vkp>. Acesso em 04 de agosto de 2023.

3 OS VÍDEOS PUBLICITÁRIOS EM REDES SOCIAIS E SUAS REFERÊNCIAS CINEMATOGRAFICAS

3.1 A publicidade nas mídias sociais e a importância do Marketing de Influência

Atualmente, uma das facetas mais potentes da publicidade é o marketing digital, especialmente o aplicado através das redes sociais. Para Torres (2010, p. 12),

O marketing nas mídias sociais é o conjunto de ações de marketing digital que visam criar relacionamento entre a empresa e o consumidor, para atrair a sua atenção e conquistar o consumidor online. O marketing nas mídias sociais envolve basicamente relacionamento com seus clientes através da Internet. O conteúdo [...] é peça chave deste processo, pois ajuda a manter uma conversa mais constante, e, portanto, facilita o relacionamento.

Ele permite que marcas divulguem seus produtos e serviços através das mídias sociais de forma que segmente o público de maneira precisa e faça a propaganda chegar no público-alvo de nicho, que de fato está interessado em consumir o produto. Com isso, possibilita às marcas verificar os resultados da divulgação em tempo real, através dos comentários dos usuários, e criar uma relação mais duradoura com os clientes (Maia *et al.*, 2018). Também faz com que as empresas possam ampliar sua presença digital, alcancem mais visibilidade no mercado e conquistem um maior número de pessoas de forma acessível.

Um dos braços do marketing digital é o marketing de influência, onde a marca contrata um influenciador digital para fazer a publicidade de um determinado serviço ou produto, com o objetivo de utilizar a audiência engajada do influenciador e sua credibilidade como meio de divulgação da marca. De acordo com o blog da Agência Tupiniquim (s.d.), buscar parcerias com influenciadores ajuda a complementar o marketing de conteúdo e as estratégias de criação de conteúdo utilizadas nas redes sociais da empresa, de forma única e criativa, além de alcançar um público segmentado e melhorar o engajamento com o incentivo da participação do público na ação publicitária.

Esse tipo de publicidade é feito de forma mais dividida do que uma campanha de marketing tradicional. Para a divulgação de um produto nas redes sociais, normalmente a marca contrata um grupo de influenciadores que possuem valores alinhados com a empresa e cada um fica responsável pelo conteúdo que será gerado, podendo adicionar um pouco de sua personalidade no momento da criação. Segundo Assis e Ferreira (2019, p. 5):

Através dos métodos de Marketing de Influência não é mais necessário fazer grandes campanhas publicitárias. Atualmente fazem-se campanhas publicitárias na chamada propaganda boca a boca, que é uma forma informal de definir o Marketing de Influência.

No Instagram, o formato de divulgação descrito acima vem crescendo exponencialmente (Marketeer, 2019, *apud* Perdigão, 2019, p.12) e pode ser encontrado na rede através de fotos e vídeos publicitários, que acabam sendo distribuídos tanto no *feed* dos seguidores do influenciador quanto na aba “explorar”, que é uma seção da rede social para os usuários descobrirem novos conteúdos escolhidos pelo algoritmo da rede de acordo com o que os usuários já consomem. Para Meireis (2018), “o Instagram assume-se como a rede social ideal para o marketing de influência, devido ao seu elevado foco na partilha de conteúdos fotográficos” (*apud* Perdigão, 2019, p.12).

3.2 A utilização de elementos visuais inspirados na direção de arte de Wes Anderson em vídeos publicitários

Para Rocha, Araldi e Bona (2011, p. 1) a área de publicidade e propaganda encontra inspiração em várias formas de expressão artística para guiar suas criações, sendo o cinema uma das principais fontes desse embasamento criativo, exercendo uma influência notável na maneira em que as mensagens publicitárias são concebidas e transmitidas. Os elementos cinematográficos são frequentemente incorporados às produções publicitárias como estratégias de composição, estabelecendo uma relação interconectada entre esses dois domínios.

Assim, emerge a figura peculiar de Wes Anderson, cujo estilo visual transcende as telas do cinema para influenciar uma diversidade de meios. Esta seção analisará a aplicação dos elementos estéticos remanescentes da direção de arte presentes nos filmes do cineasta em vídeos patrocinados no Instagram. Será explorado como as características estilísticas icônicas do diretor – desde a composição das cores até os enquadramentos simétricos – são adaptadas e reinterpretadas por influenciadores digitais.

3.2.1 Letícia Ribeiro

A criadora de conteúdo Letícia Ribeiro costuma utilizar o artifício do *storytelling* em seus vídeos publicitários, criando uma narrativa com começo, meio e fim que envolve o produto que está sendo vendido e se encaixa visualmente no estilo artístico da influenciadora. Ribeiro possui um senso estético retrô, mas ao mesmo tempo mistura elementos modernos com figurinos e cenografias *vintage*. Em seu vídeo publicitário intitulado *Vista pro Mar* (2022), ela faz a propaganda da marca Waiwai utilizando elementos e a estética muito similar à utilizada por Anderson no filme *Moonrise Kingdom* (2012). As semelhanças se dão na escolha da fonte usada no título do vídeo, no uso de miniaturas e efeitos práticos para compor a cenografia, o uso de cores pastéis e a escolha dos elementos de cena, como, por exemplo, o farol.

Figura 20 - Comparação entre "Vista pro Mar" e "Moonrise Kingdom"



Fonte: Composição da autora.¹⁵

Ribeiro costuma mostrar os bastidores de seus projetos no Instagram e diz quais são as referenciais visuais que a inspiraram em suas campanhas publicitárias. Wes Anderson é um nome que geralmente aparece como fonte para os seus vídeos, sendo pela fotografia, cenografia, cores e estética, figurinos ou tipografia. Em seu vídeo em parceria com Quinto Andar (2022), Ribeiro diz que sua grande referência foi *A Crônica Francesa* (2021), principalmente no conceito do pôster do filme, que conta com ilustração dos diversos personagens divididos em janelas dentro de um prédio. A criadora de conteúdo também declara ter usado o videoclipe *Aline* (2021), dirigido por Wes Anderson, ilustrado por Javi Aznarez, e cuja música faz parte da trilha sonora de

¹⁵ Montagem a partir de imagens coletadas no Instagram de Letícia Ribeiro e dos sites Movie Score e Roadtrippers.

A Crônica Francesa (2021), como inspiração para as ilustrações utilizadas em seu vídeo.

Figura 21 - Pôster de "A Crônica Francesa" (a), imagem do vídeo de Letícia Ribeiro (b) e imagem do videoclipe "Aline" (c)



Fonte: Composição da autora.¹⁶

Outro exemplo da influência de Anderson nas obras da artista visual é no vídeo publicitário em parceria com Google (2021). Nele, ela opta por retratar diferentes moradores de um edifício no estilo “casa de bonecas”, muito utilizado pelo diretor, onde os personagens estão envoltos por janelas que são usadas como molduras para as cenas, além do movimento de câmera de um cômodo para o outro, como se fosse possível ver o interior dos apartamentos pelo lado de fora.

¹⁶ Montagem a partir de imagens coletadas do Instagram de Letícia Ribeiro, do videoclipe *Aline* no Youtube e do site Vogue France.

Figura 22 - Inspiração de Letícia Ribeiro nos planos "casa de bonecas" de Anderson



Fonte: Composição da autora.¹⁷

Uma cena desse vídeo publicitário que faz referência direta ao filme *Hotel Chevalier* (2007) é quando uma das personagens de Ribeiro aparece lendo um livro em um cenário completamente amarelo, assim como no curta-metragem de Anderson. A composição da cenografia e do figurino utilizando elementos *vintage* é uma característica marcante nas obras da artista visual, o que remete às escolhas retrofuturistas do diretor. A paleta de cores utilizada também inclui tons vibrantes de amarelo e o enquadramento da cena é frontal e planimétrico. Ribeiro possui um senso estético muito apurado, detalhista e costuma aplicar muitos elementos feitos à mão em seus vídeos, obtendo em suas publicidades um caráter artesanal, porém cinematográfico, bem como os filmes de Anderson são caracterizados.

¹⁷ Montagem a partir de imagens coletadas do Instagram de Letícia Ribeiro e do Twitter CinemaGrids.

Figura 23 - A inspiração de Ribeiro em "Hotel Chevalier"



Fonte: Composição da autora.¹⁸

3.2.2 Two Lost Kids

As irmãs Thalita e Gabriela Zukeram utilizam o perfil Two Lost Kids para expressar a criatividade que possuem através de conteúdos audiovisuais com muita personalidade. Seus vídeos possuem um visual único e cativante, com assinaturas estéticas que viraram marca registrada da dupla. É possível observar que eles possuem narrativas e são cuidadosamente produzidos e editados, características que permitem compreender a influência da arte cinematográfica no trabalho de criação de conteúdo feito por elas.

Em entrevista à Glamour (2021), as irmãs contam que Wes Anderson é uma de suas inspirações e afirmam: “nosso objetivo sempre foi fazer cinema no Instagram [...]” (Zukeram, 2021). Alguns elementos estéticos que as Two Lost Kids possuem em comum com o diretor são: uso constante da simetria e composição planimétrica,

¹⁸ Montagem a partir de imagens coletadas do Instagram de Letícia Ribeiro e do Twitter AestheticaFilmFest.

possuem uma paleta de cores vibrante, mas também com recorrência de cores pastéis, utilizam uma tipografia própria para compor sua assinatura visual e apostam no uso de uniformes (no caso delas, quando apostam em figurinos idênticos ou muito semelhantes uma da outra, ajudando a compor a simetria dos vídeos).

Figura 24 - Simetria, tipografia e figurino coordenado em "As 5 linguagens do amor com Two Lost Kids"



Fonte: Two Lost Kids (2022)

No vídeo *As 5 linguagens do amor com Two Lost Kids* (2022), uma parceria paga com Melissa, esses elementos estão presentes. As roupas usadas pelas irmãs Zuckerman são iguais, o que ajuda a compor a simetria característica de suas obras. Como elas costumam aparecer lado a lado e de frente para a câmera, reforçam o conceito de plano planimétrico criado por Bordwell (2007) em seus vídeos. A fonte escolhida para fazer parte dos elementos gráficos também se tornam uma assinatura das criadoras de conteúdo, assim como a escolha de uma paleta de cores harmoniosa.

Em *Forever Sisterhood* (2021), parceria com Dior, os enquadramentos utilizados e os *zooms* remetem às escolhas de fotografia utilizadas nos filmes de

Anderson. Além de apostarem nos planos planimétricos, também utilizam o plano zenital para mostrar os produtos da marca. Outras características em comum com o vídeo analisado anteriormente são os figurinos simétricos, a paleta de cores vibrantes e o uso de tipografia como marca registrada.

Figura 25 - Planos planimétricos, plano zenital e tipografia em "Forever Sisterhood"



Fonte: Composição da autora.¹⁹

3.2.3 Michell Lott

O diretor de criação, cenógrafo e consultor de cores Michell Lott utiliza seu perfil no Instagram para unir arquitetura, design, cinema e publicidade. Nele compartilha fotos e vídeos das suas criações cenográficas e vídeos publicitários criativos, com um senso estético apurado e oferece uma experiência envolvente para quem consome seu conteúdo.

Sobre Lott, Monteiro (2020) descreve: “Seu feed é praticamente um filme de Wes Anderson vivo, cheio de inspirações com bom humor e uma dose de excentricidade”. Lott utiliza a plataforma para reimaginar o design visual de Anderson, trazendo-o para o mundo da publicidade moderna. Seus vídeos publicitários capturam o olhar do diretor ao combinar paletas de cores vibrantes, uso de objetos de cena *vintage*, simetria meticulosa, enquadramentos com o objeto de frente para a câmera ou

¹⁹ Montagem a partir de imagens coletadas de *Forever Sisterhood* (2021)

em 90° para um dos lados, plano zenital e atenção aos detalhes. Em uma publicidade em parceria com Renner, o diretor criativo explora essas características estéticas e monta uma narrativa cinematográfica para divulgar as roupas e acessórios da marca.

Figura 26 - Simetria, paleta de cores coordenada e plano zenital no vídeo de Michell Lott



Fonte: Composição da autora.²⁰

Nesse contexto, a análise do trabalho de Lott não apenas revela uma inspiração na estética de Anderson, mas também ressalta a possibilidade de aplicar esse estilo em outros contextos, como o do marketing, explorando a convergência entre os diversos formatos das artes visuais.

3.2.4 Luíza Brando

Outra criadora de conteúdo que combina criatividade e cinematografia em suas publicidades é Luíza Brando, que aposta em um estilo retrô, um preciosismo estético e narrativas completas com início, meio e fim, mesmo que em vídeos curtos.

Em seus *storys*, Brando revela os bastidores por trás de suas produções e cita suas fontes de inspiração para cada vídeo, onde Wes Anderson costuma aparecer com certa frequência. No vídeo *O Que Levaria para uma Ilha Deserta?* (2022), feito em parceria com TB Make, ela aplica diversos elementos que remetem ao universo do diretor, como por exemplo o uso do plano zenital e planimétrico, uso da fonte

²⁰ Montagem a partir de imagens coletadas de vídeo publicitário de Michell Lott em parceria paga com Renner (2021)

Futura na tipografia e paleta de cores pastéis. Brando costuma utilizar muitos elementos feitos à mão em suas produções, em especial a colagem. Nesse vídeo, a técnica foi utilizada para criar as folhagens que acompanham o título de abertura.

Figura 27 - Comparação das escolhas estéticas de Luíza Brando com "Moonrise Kingdom"



Fonte: Composição da autora.²¹

Nos bastidores do vídeo *O Espetacular Curso do Coolmmerce* (2021), feito em parceria com Coolmmerce, Brando afirma que a própria marca dizia no *briefing* que o vídeo publicitário deveria ser totalmente inspirado nas produções de Anderson. Para isso, usou como inspiração algumas das obras do diretor, como *Os Excêntricos Tenenbaums* (2001), *Ilha dos Cachorros* (2018), *O Fantástico Senhor Raposo* (2009), *Três É Demais* (1998), *Moonrise Kingdom* (2012) e *A Crônica Francesa* (2021).

Os recursos estéticos utilizados nesse vídeo que se assemelham à composição visual de Anderson são: uso da fonte Futura nos elementos gráficos,

²¹ Montagem a partir de imagens coletadas de *O Que Levaria para uma Ilha Deserta?* (2022) e *Moonrise Kingdom* (2012)

plano zenital, plano planimétrico, presença de elementos *vintage* e a paleta de cores em tons pastéis.

Figura 28 - Referências de Luíza Brando em "Ilha dos Cachorros" e "A Crônica Francesa"



Fonte: Composição da autora.²²

Com esse trabalho feito por Brando é possível observar que algumas marcas já buscam aplicar uma estética inspirada em Wes Anderson como estratégia de marketing digital, visto que o diretor tem se tornado cada vez mais relevante no cenário cinematográfico e seu estilo até mesmo se tornou uma *trend* (ou seja, uma tendência que viraliza) nas redes sociais, o que faz despertar a atenção do público.

²² Montagem a partir de imagens coletadas de *O Espetacular Curso do Coolmmerce* (2021), *Ilha dos Cachorros* (2018) e *A Crônica Francesa* (2021).

4 CONCLUSÃO

Esta análise de conteúdo e seu desenvolvimento possibilitou, através de pesquisas bibliográficas e videográficas, a análise de como a direção de arte e os recursos estéticos presentes nos filmes do diretor Wes Anderson servem de referência para vídeos publicitários no Instagram.

A direção de arte desempenha um papel fundamental no cinema e na publicidade, atuando não só como forma de expressão artística, mas também pode ser o elemento que chama a atenção do espectador para a obra e, no caso da publicidade, pode influenciar na decisão do público de adquirir um novo produto ou serviço. As escolhas estéticas feitas por Wes Anderson já se tornaram uma marca registrada do diretor e é um dos grandes motivos pelo qual seus filmes se tornaram tão queridos pelo público. Anderson cria mundos que não parecem pertencer à realidade, mas ao mesmo tempo soam familiares e nostálgicos, fazendo com que o interesse em descobrir esse novo universo se estabeleça.

É importante observar a influência estética que Wes Anderson possui na publicidade pois, numa era onde o marketing digital é formado majoritariamente por vídeos curtos, geralmente gravados no celular, com pouca edição e poucos cuidados estéticos, com o objetivo de entregar um grande volume de conteúdo em um curto espaço de tempo, as produções audiovisuais completas e cinematográficas como as citadas no presente trabalho servem de respiro artístico para os consumidores e usuários do Instagram que buscam um conteúdo com curadoria, estética apurada, sensível, completo e que forneça conexões emocionais para além da mera divulgação de um produto.

É fato que Letícia Ribeiro, Two Lost Kids, Michell Lott e Luíza Brando oferecem um trabalho de produção de conteúdo de altíssima qualidade e muito cativante, o que faz com que eles sejam cada vez mais procurados por grandes marcas

para fazer a divulgação de seus serviços e produtos e que eles criem uma comunidade cativa de admiradores de suas obras.

Por fim, o design visual de Wes Anderson pode ser adaptado de forma criativa e eficaz na publicidade, especialmente no marketing digital, pois aproxima os espectadores amantes de cinema do universo publicitário e cria uma forma de se fazer publicidade muito mais interessante e original, influenciando os criadores de conteúdo a utilizarem técnicas de *storytelling* e apostarem em um preciosismo estético que se destaca dentre os outros vídeos na rede social. Com os exemplos dados neste trabalho, pode-se observar a junção da estética cinematográfica com a publicitária e mostra a eficiência da direção de arte, enquanto oferece um vislumbre do futuro da comunicação audiovisual, onde a divisão entre cinema e publicidade fica cada vez mais invisível.

5 METODOLOGIA

A metodologia escolhida para a realização do presente trabalho foi a análise de conteúdo, por envolver a análise sistemática e objetiva do conteúdo dos filmes escolhidos e vídeos publicitários. Segundo Bardin (2004, p. 41), a análise de conteúdo é considerada um agrupamento de técnicas de

análise das comunicações, que visa obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitem as inferências de conhecimentos relativos de condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens” (*apud* Sousa e Santos, 2020, p. 1400).

Para a realização da pesquisa foi utilizada a técnica de divisão do processo em três etapas. Primeiramente, realizou-se a pré-análise da filmografia do diretor Wes Anderson, juntamente com a seleção de vídeos publicitários que compartilham de elementos estéticos e narrativos encontrados em seus filmes. Além disso, foi realizada a organização desse material filmográfico, bem como a formulação de objetivos e hipóteses a serem aplicados. Em seguida, os materiais coletados foram explorados e os elementos visuais foram examinados, incluindo a composição das cenas, o uso de cores, a iluminação, o enquadramento, o figurino, a movimentação de câmera, o desenvolvimento da história, a construção dos personagens, bem como o uso marcado da tipografia. Por fim, procedeu-se à comparação dos elementos audiovisuais, concluindo-se que as escolhas visuais e de conteúdo presentes nos projetos de marketing digital possuem referências na obra de Wes Anderson.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A Crônica Francesa. Direção: Wes Anderson. Produção: Wes Anderson; Jeremy Dawson e Steven Rales. [S.l.]: Indian Paintbrush; American Empirical Pictures. 2021.

AGUIAR, D. T. D. M. **Direção de Arte: Teoria e Prática. Uma reflexão.** Universidade Federal Fluminense. Niterói, p. 72. 2016.

ANDERSON, W. The 5,069-Word Second Interview. [Entrevista concedida a] Matt Zoller Seitz. **The Wes Anderson Collection: The Grand Budapest Hotel**, p 101-118, 2015.

ANDERSON, W.; AZNAREZ, J.; COCKER, J. THE FRENCH DISPATCH | "Aline" Music Video | Directed by Wes Anderson. Youtube, 22 Setembro 2021. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=HoMeijpAI9E>>. Acesso em: 10 Agosto 2023.

ASCHER, S.; PINCUS, E. **The Filmmaker's Handbook: A Comprehensive Guide for the Digital Age.** 4th Edition. ed. New York: Plume, 2013.

ASSIS, V. S. D.; FERREIRA, A. **Marketing de influência: A era do Digital Influencer.** Anais do Encontro de Marketing Crítico da Uesb. Vitória da Conquista: Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. 2019. p. 1-11.

A Vida Marinha com Steve Zissou. Direção: Wes Anderson. Produção: Wes Anderson; Barry Mendel e Scott Rudin. [S.l.]: Touchstone Pictures; American Empirical Pictures. 2004.

AZEVEDO, L. **How Wes Anderson uses the God's Eye Shot.** Youtube, 30 Maio 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=NOrPGjPbHSY>>. Acesso em: 1 Agosto 2023.

BEDARD, M. The Wes Anderson Color Palette: Bright Colors Meet Dark Subjects. **Studio Binder**, 6 Setembro 2020. Disponível em: <[https://www.studiobinder.com/blog/wes-anderson-color-palette/?utm_source=youtube&utm_medium=post&utm_campaign=content-marketing-promotion&utm_term=anderson-color&utm_content=\[directing-style\]%20-%20\[anderson-color\]](https://www.studiobinder.com/blog/wes-anderson-color-palette/?utm_source=youtube&utm_medium=post&utm_campaign=content-marketing-promotion&utm_term=anderson-color&utm_content=[directing-style]%20-%20[anderson-color])>. Acesso em: Julho 2023.

BLANDINO, G. Wes Anderson's fonts. **Blog by Pixartprinting**, 6 Setembro 2021. Disponível em: <<https://www.pixartprinting.co.uk/blog/wes-andersons-fonts/>>. Acesso em: 4 Agosto 2023.

BOMAN, L. **Futura & Wes Anderson: a love story**. Youtube, 7 Junho 2021. Disponivel em: <<https://www.youtube.com/watch?v=1kuKRqzCHiA>>. Acesso em: 4 Agosto 2023.

BOMAN, L. **How Wes Anderson moved beyond Futura**. Youtube, 5 Outubro 2021. Disponivel em: <<https://www.youtube.com/watch?v=-npBhhBBs04>>. Acesso em: 4 Agosto 2023.

BOONE, S. A grand stage: the production design of The Grand Budapest Hotel. In: SEITZ, M. Z. **The Wes Anderson Collection: The Grand Budapest Hotel**. [S.l.]: Abrams, 2015.

BORDWELL, D. Shot-consciousness. **Observations on film art**, 16 Janeiro 2007. Disponivel em: <<http://www.davidbordwell.net/blog/2007/01/16/shot-consciousness/>>. Acesso em: 31 Julho 2023.

BORDWELL, D. Wes Anderson takes the 4:3 challenge. In: SEITZ, M. Z. **The Wes Anderson Collection: The Grand Budapest Hotel**. [S.l.]: Abrams Books, 2015. p. 237-248. ISBN ISBN-10 : 1419715712.

BORDWELL, D. Wesworld. **Observations on film art**, 5 Novembro 2015. Disponivel em: <<http://www.davidbordwell.net/blog/2015/11/05/wesworld/>>. Acesso em: Julho 2023.

BORDWELL, D.; THOMPSON, K. **Film Art: An Introduction**. 8th Edition. ed. New York, NY: McGraw-Hill, an imprint of The McGraw-Hill Companies, Inc., v. I, 2008.

BRANDO, L. **O Espetacular Curso do Coolmmerce**. Instagram, 25 Maio 2021. Disponivel em: <<https://www.instagram.com/p/CPT-vHLD9xv/>>. Acesso em: 17 Agosto 2023.

BRANDO, L. **O Que Levaria Para uma Ilha Deserta?** Instagram, 30 Março 2022. Disponivel em: <<https://www.instagram.com/reel/CbvpQ-NjLq7/?igshid=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D>>. Acesso em: 17 Agosto 2023.

BROWNING, M. **Wes Anderson: Why His Movies Matter**. Primeira. ed. [S.l.]: Holtzbrinck, 2011.

BUCKLAND, W. The Wes Anderson recipe – a detailed guide on how to recreate the director's aesthetic. **The Conversation**, 2 Junho 2023. Disponivel em: <<https://theconversation.com/the-wes-anderson-recipe-a-detailed-guide-on-how-to-recreate-the-directors-aesthetic-206886>>. Acesso em: 24 Julho 2023.

BURTENSHAW, K. **Fundamentos de publicidade criativa**. [S.l.]: Bookman, 2010. 184 p.

CAFFÉ, C. **Era o Hotel Cambridge**: Arquitetura, cinema e educação. São Paulo: Sesc, 2017.

CANONERO, M. The Envelope: Milena Canonero's 'Grand Budapest' costumes match Wes Anderson's vision. [Entrevista concedida a] Janet Kinosian. **Los Angeles Times**, 4 Dezembro 2014. Disponível em: <<https://www.latimes.com/entertainment/envelope/la-et-mn-en-costumes-budapest-20141204-story.html>>. Acesso em: 30 Julho 2023.

CESAR, N. **Direção de Arte em Propaganda**. [S.l.]: Editora Senac, 2006.

CHABON, M. Wes Anderson's Worlds. **The New York Review**, 31 Janeiro 2013. Disponível em: <https://www.nybooks.com/online/2013/01/31/wes-anderson-worlds/?lp_txn_id=1474488>. Acesso em: 24 Julho 2023.

CINEMA, R. **Red & Yellow: A Wes Anderson Supercut**. Youtube, 8 Maio 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=bm2FR8pu9oQ&t=3s>>. Acesso em: 28 Julho 2023.

CORÀ, A. Style lessons with the characters of Wes Anderson. **The Italian Rêve**, 16 Junho 2021. Disponível em: <<https://www.theitalianreve.com/style-lessons-with-the-characters-of-wes-anderson/>>. Acesso em: 28 Julho 2023.

DARK, A. How to Dress Like a Wes Anderson Movie According to the Spring/Summer 2021 Runways. **L'Officiel**, 5 Janeiro 2021. Disponível em: <<https://www.lofficielusa.com/fashion/wes-anderson-color-palettes-movies-spring-2021-runways>>. Acesso em: 28 Julho 2023.

DEMEZIO, C. et al. **O Instagram como ferramenta de aproximação entre Marca e Consumidor**. Centro Universitário do Vale do Ipojuca - UNIFAVIP DeVry. Caruaru, p. 12. 2016.

HAMZAD. Importance of Instagram Reels in Digital Marketing. **Dotin Digital Academy**, 2022. Disponível em: <<https://dotinacademy.com/essential-of-instagram-reels-in-digital-marketing/>>. Acesso em: 06 Junho 2023.

HOTEL Chevalier. Direção: Wes Anderson. Produção: Alice Bamford; Thierry Bettas-Begalin, *et al.* [S.l.]: American Empirical Picture. 2007.

ILHA dos Cachorros. Direção: Wes Anderson. Produção: Wes Anderson; Scott Rudin, *et al.* [S.l.]: Indian Paintbrush; American Empirical Pictures. 2018.

INSTITUTE, N. F. Production Design: Everything You Need To Know. **Nashville Film Institute**. Disponível em: <<https://www.nfi.edu/production-design/>>. Acesso em: 31 Maio 2023.

JUNIOR, G. V. **Anatomia de um Filme: Investigando a direção de arte no cinema brasileiro**. Universidade Federal de São Carlos. São Carlos, p. 39. 2021.

KANECO, E. O que significa planimétrico ou “planimetric” no cinema? **Leitura Fílmica**, 21 Abril 2022. Disponível em: <<https://leiturafilmica.com.br/planimetrico-no-cinema/>>. Acesso em: 31 Julho 2023.

LANNOM, S. The Wes Anderson Style Explained: Ultimate Guide. **StudioBinder**, 25 Abril 2021. Disponível em: <<https://www.studiobinder.com/blog/wes-anderson-style/#wes-anderson-style>>. Acesso em: 28 Julho 2023.

LIGGERA, K. An Examination of the Wes Anderson Influence on ‘The Mysterious Benedict Society’. **Film Cred**, 2 Dezembro 2021. Disponível em: <<https://film-cred.com/an-examination-of-the-wes-anderson-influence-on-the-mysterious-benedict-society/>>. Acesso em: 31 Julho 2023.

LOBRUTTO, V. **The Filmmaker's Guide to Production Design**. [S.l.]: Allworth Press, 2002.

LOTT, M. **Vídeo publicitário em parceria com Renner**. Instagram, 29 Junho 2021. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/CQuTJfUH4Pe/?igshid=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D>>. Acesso em: 9 Agosto 2023.

MACDOWELL, J. Notes on Quirky. **Movie: A Journal of Film Criticism**, n. 1, p. 1-16, 2010.

MACDOWELL, J. Wes Anderson, tone and the quirky sensibility. **Taylor & Francis**, v. 10, n. 1, p. 6-27, Março 2012. ISSN ISSN 1740-0309 impresso/ISSN 1740-7923 online.

MAIA, T. R. et al. **O USO DO INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE MARKETING: UM ESTUDO DE CASO EM EMPRESAS DO RAMO DE MODA**. Unicatólica. Quixadá, p. 13. 2018. (1516-6503).

MARKETEER. Marketing de Influência no Instagram cresceu 39%. **Marketeer**, 2019. Disponível em: <<https://marketeer.pt/marketing-de-influencia-no-instagram-cresceu-39/>>. Acesso em: 06 Junho 2023.

MEIREIS, S. Diga olá aos microinfluencers. **Marketeer**, 2018. Disponível em: <<https://marketeer.pt/2018/03/08/diga-ola-aos-microinfluencers/>>. Acesso em: 06 Junho 2023.

MISSIO, C. **Pensamento e concepção visual na direção de arte**. Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, p. 74. 2017.

MONGELOS, A. D. D. A.; SIQUEIRA, Y. D. S.; PRANDI, M. B. R. Os dizeres da direção de arte: os discursos não-verbais presentes no design gráfico. **In Revista**, Ribeirão Preto, n. 9, Junho 2018.

MONTEIRO, G. Quem estamos seguindo: @lottlott. **Gama Revista**, 17 Abril 2020. Disponível em: <<https://gamarevista.uol.com.br/pessoas/quem-estamos-seguindo/lottlott/>>. Acesso em: 17 Agosto 2023.

MOONRISE Kingdom. Direção: Wes Anderson. Produção: Wes Anderson; Jeremy Dawson, *et al.* [S.l.]: American Empirical Pictures; Indian Paintbrush; Scott Rudin Productions. 2012.

NOUVEL, T. L.; RABAUD, P.-J. **Chef décorateur pour le cinéma: A la découverte d'un métier.** [S.l.]: Eyrolles, 2012.

O Fantástico Sr. Raposo. Direção: Wes Anderson. Produção: Wes Anderson; Jeremy Dawson, *et al.* [S.l.]: 20th Century Fox Animation; Indian Paintbrush; Regency Enterprises; American Empirical Pictures. 2009.

O Grande Hotel Budapeste. Direção: Wes Anderson. Produção: Wes Anderson; Scott Rudin, *et al.* [S.l.]: Indian Paintbrush; American Empirical; Studio Babelsberg. 2014.

OS Excêntricos Tenenbaums. Direção: Wes Anderson. Produção: Wes Anderson; Barry Mendel e Scott Rudin. [S.l.]: Touchstone Pictures; American Empirical Pictures. 2001.

PERDIGÃO, I. D. A. **O Marketing de Influência no Instagram e a crescente importância dos micro-influenciadores digitais na comunicação das marcas.** INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO POLITÉCNICO DO PORTO. Porto, p. 145. 2019.

RIBEIRO, L. Two Lost Kids: conheça a história das irmãs mais criativas do seu feed. **Glamour**, 7 Junho 2021. Disponível em: <<https://glamour.globo.com/moda/noticia/2021/06/two-lost-kids-conheca-historia-das-irmas-mais-criativas-do-seu-feed.ghtml>>. Acesso em: 15 Agosto 2023.

RIBEIRO, L. **Vídeo Publicitário em parceria com Google.** Instagram, 13 Setembro 2021. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/CTxwolygELK/?igshid=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D>>. Acesso em: 9 Agosto 2023.

RIBEIRO, L. **Vídeo Publicitário em parceria com Quinto Andar.** Instagram, 16 Janeiro 2022. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/CYzsfwLKKHQ/?igshid=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D>>. Acesso em: 9 Agosto 2023.

RIBEIRO, L. **Vista pro Mar**. Instagram, 1 Agosto 2022. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/Cgu0r5yD0MB/?igshid=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D>>. Acesso em: 9 Agosto 2023.

RIZZO, M. **The Art Direction Handbook for Film**. Boston: Focal Press, 2005.
ROCHA, M.; ARALDI, M. V.; BONA, R. J. **A Influência do Cinema na Criação em Publicidade e Propaganda: a Intertextualidade na Comunicação Publicitária da Marca Eloeth**. XIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Maceió, p. 14. 2011.

SANTOS, M. C. F. D. **A direção de arte nas obras de Wes Anderson**. Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, p. 85. 2017.

SCHWARTZ, A. **Wes Anderson Loves Futura**. Youtube, 9 Março 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=m4fY3oIHdNc&t=205s>>. Acesso em: 4 Agosto 2023.

SEITZ, M. Z. **The Wes Anderson Collection**. New York: Abrams Books, 2013. 336 p.

SEITZ, M. Z. **The Wes Anderson Collection: The Grand Budapest Hotel**. [S.l.]: Abrams Books, 2015. 256 p.

SOUSA, J. R. D.; SANTOS, S. C. M. D. Análise de conteúdo em pesquisa qualitativa: modo de pensar e de fazer. **Pesquisa e Debate em Educação**, Juiz de Fora, 10, n. 2, dezembro 2020. 1396-1416.

STOCKHAUSEN, A. How 'Asteroid City' Production Designer Creates the Worlds of Wes Anderson. [Entrevista concedida a] **Vanity Fair**, Youtube, 16 Junho 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=55b9tNpuKg8>>. Acesso em: 30 Julho 2023.

STUDIOBINDER. **Color Theory and Wes Anderson's Style — Sad Characters in a Colorful World**. Youtube, 7 Setembro 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dtLBMBs_S9E>. Acesso em: 27 Julho 2023.

STUDIOBINDER. **The Wes Anderson Style Explained — The Complete Director's Guide to Wes Anderson's Aesthetic**. Youtube, 26 Abril 2021. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=q45m7RYy7-4>>. Acesso em: Julho 2023.

TORRES, C. **Guia Prático de Marketing na Internet para Pequenas Empresas**. [S.l.]: [s.n.], 2010.

TRÊS É Demais. Direção: Wes Anderson. Produção: Barry Mendel e Paul Schiff. [S.l.]: Touchstone Pictures. 1998.

TUPINIQUIM, A. O que é Marketing de Influência? Entenda a Importância e Como Fazer. **Agência Tupiniquim**, s.d. Disponível em: <<https://www.agenciaturpiniquim.com.br/blog/o-que-e-marketing-de-influencia/>>. Acesso em: 06 Junho 2023.

TWO LOST KIDS. **As 5 linguagens do amor com Two Lost Kids**. Instagram, 12 Junho 2022. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/CeuWIWjDTwG/?igshid=MzRlODBiNWFlZA%3D>>. Acesso em: 9 Agosto 2023.

TWO LOST KIDS. **Forever Sisterhood feat. @diormakeup**. Instagram, 15 Maio 2021. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/CO5lDhqp8Y/?igshid=MzRlODBiNWFlZA%3D>>. Acesso em: 9 Agosto 2023.

VIAGEM A Darjeeling. Direção: Wes Anderson. Produção: Wes Anderson; Scott Rudin, *et al.* [S.l.]: Indian Paintbrush. 2007.

ZUKERAM, G.; ZUKERAM, T. Two Lost Kids: conheça a história das irmãs mais criativas do seu feed. [Entrevista concedida a] Luana Ribeiro. **Glamour**, 7 Junho 2021. Disponível em: <<https://glamour.globo.com/moda/noticia/2021/06/two-lost-kids-conheca-historia-das-irmas-mais-criativas-do-seu-feed.ghml>>. Acesso em: 15 Agosto 2023.