A figura na Comunicação Visual



João Werner

João Werner

A figura na Comunicação Visual

2ª edição, revista e ampliada

Londrina
Edição do Autor
2024

Prefácio

A comunicação visual reveste-se de crucial importância para a publicidade, para o design e para a mídia em geral.

Conceitos elaborados durante séculos pelos artistas são utilizados para tornar uma mensagem visual coerente e atraente para os seus receptores.

Se bem empregada, a linguagem visual pode gerar a sedução e, principalmente, o convencimento para o consumo.

Este é o primeiro livro de um conjunto de três volumes, planejados para apresentar ao Leitor a *Comunicação Vis*ual.

O segundo volume desta série tratará da *cor* e o terceiro, da *composição*.

Neste primeiro livro, tratarei da questão da figura na Comunicação visual.

O conceito de "figura" aborda não apenas a ideia de *forma visual*, enquanto conjunto de traços visíveis organizados mas, também, a *interpretação* destes traços visíveis por parte de um observador.

Assim, o conceito de figura engloba os dois lados envolvidos na Comunicação visual. Tanto o lado daquele algo material perceptível (o qual é imprescindível) mas, também os usos e os significados que são atribuídos a estes materiais perceptíveis.

João Werner

Sumário

Introdução à Comunicação visual
- Os usos da comunicação visual
- A anatomia da Comunicação visual

O conceito de figura
- Tamanho das figuras
- Escala das figuras
- Estrutura intrínseca
- Proporção das figuras
- Orientação espacial
- O posicionamento das figuras
- Classificação das figuras

A figura e o seu fundo
- As características da figura e fundo
- A figura e o seu "peso"

A simetria nas figuras
- Definição do conceito de simetria
- Simetria translacional
- Simetria rotacional
- Simetria reflexional
- Simetria de posicionamento
- Combinações de simetrias

A figura em movimento
- A indução dos olhos do observador
- A representação do movimento
- O movimento das linhas diagonais e curvas
- O movimento através das ilusões de ótica

A figura e as suas proporções
- O módulo
- A série Fibonacci
- A seção áurea
- As proporções na figura humana

A figura em profundidade
- As três vistas
- Diagonais paralelas
- Diagonais convergentes
- A figura humana em perspectiva
- Escorço
- A técnica da perspectiva

A expressão nas figuras
- A figura representa uma emoção
- A figura expressa uma vivência compartilhada
- A cultura define a expressão
- A expressão através da geometria

Direito de uso das imagens

Bibliografia

Introdução à Comunicação Visual

A comunicação visual existe desde que o ser humano compreendeu que podia alterar a maneira como era visto pelos outros seres humanos.

Além dos aparatos anatômicos visíveis de que dispunham (altura, cor dos olhos e da pele, comprimento dos cabelos, etc.), nossos ancestrais começaram a alterar, intencionalmente, a sua aparência visível.

Por exemplo, pintaram os próprios corpos e usaram máscaras, tatuagens e adereços para parecerem mais ferozes aos seu inimigos. Ou, ao contrário, usaram miçangas, plumas de pássaros e garras de animais para afirmarem o seu status social perante os outros membros de sua tribo.

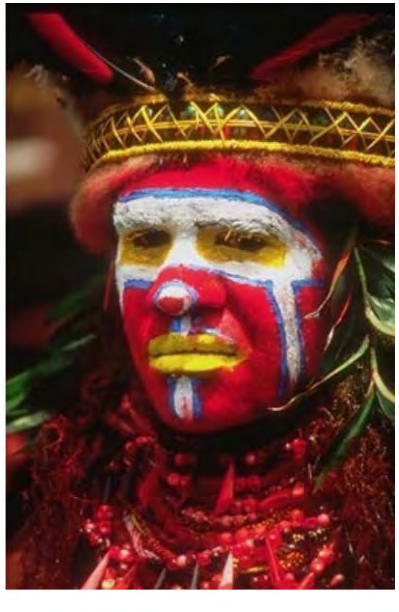
Assim, ao se utilizarem de algum recurso visível junto a si, eles estavam tentando comunicar uma mensagem aos outros. Esta mensagem podia até ser transmitida de outras maneiras (tais como a fala, por exemplo), mas era produzida, principalmente, para ser vista.





Nativos da Nova Guiné
fonte: Corel Gallery





Nativos da Nova Guiné
fonte: Corel Gallery

Por outro lado, observando o mundo natural, podemos perceber como o aspecto visual das espécies é um componente indissociável da sua evolução.

O naturalista Charles Darwin, autor do clássico “A origem das espécies”, dedicou um capítulo de seu livro aos aspectos visuais dos seres vivos que são importantes para a seleção sexual. A seleção sexual explica a escolha que é feita pelas fêmeas de uma determinada espécie sobre com qual(is) macho(s) ela pretende acasalar.

Darwin mostrou como os pavões machos, por exemplo, são escolhidos pelas pavoas fêmeas para acasalar mediante as características ornamentais de sua plumagem. As pavoas fêmeas escolhem seus parceiros mediante algumas características de sua plumagem. Com o passar de gerações, estas escolhas acabaram por “selecionar” as características estéticas que vemos hoje nas plumagens dos pavões.

Em outro exemplo, podemos ver como certas flores tem um colorido intenso e contrastante, cuja “finalidade” é atrair polinizadores específicos, tais como pássaros e abelhas, os quais tem visão colorida.

Sendo assim, o aspecto visual de muitos seres vivos é o responsável direto pelo maior ou menor sucesso de cada indivíduo em sua reprodução e sobrevivência.



Pavão (*Pavo cristatus*), fonte: Wikipedia, Nikolau, fotógrafo
licença de uso: CC BY-SA 3.0



Abelha com grãos de pólen, imagem carregada por Tomascastelazo, fonte: Wikipedia licença de uso: CC BY-SA 3.0

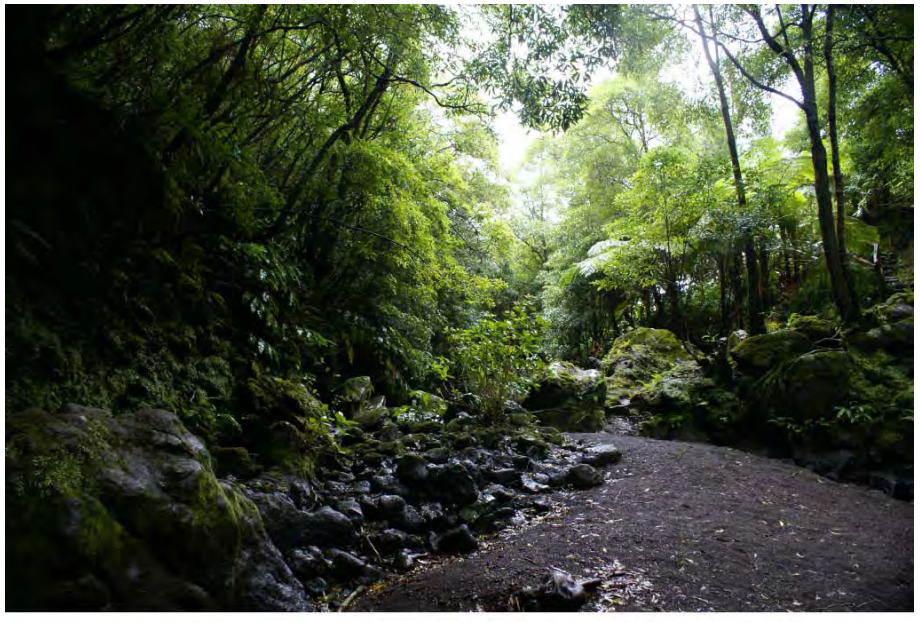
Evidentemente, dentre todo o mundo visível, a parcela que é produzida intencionalmente é infinitamente menor do que a parcela que é fruto de ações geológicas ou naturais, por exemplo.

Olhando para uma paisagem, vemos o céu e as árvores, os rios e os animais, porém nada disto foi “produzido” intencionalmente.

Por outro lado, quando olhamos para um jardim do período barroco, por exemplo, podemos afirmar que quase tudo o que vemos foi alterado de algum modo com a intenção de produzir um determinado efeito visual. A escolha das plantas, a sua poda, o seu arranjo em canteiros, etc., tudo ali foi organizado para produzir uma determinada mensagem visual.

Nós podemos represar ou alterar o curso de um rio, ou podemos selecionar gerações de lobos para produzir todas as espécies de cães que vemos hoje. Entretanto, essas ações humanas intencionais ainda são em número bem inferior ao infinito número das interações visuais percebidas na natureza.

Sendo assim, estudar a comunicação visual não é estudar o todo do universo visível, mas, apenas, aquela parcela visual que foi **produzida (ou alterada) intencionalmente para transmitir uma informação**.



«Poça das Asas», Açores, Portugal, José Luís Ávila Silveira & Pedro Noronha e Costa, fotógrafos, fonte: Wikipedia, licença de uso: domínio público



Jardim do Paço Episcopal, Castelo Branco, Portugal, fotógrafo: Youri Trugg, fonte: Wikipedia, licença de uso: CC BY 3.0.

Entretanto, o conceito de “intenção” é bastante complexo, filosoficamente falando.

Vamos supor que um paleontólogo esteja estudando as pegadas de um dinossauro, fossilizadas na pedra. As pegadas transmitem uma informação para o paleontólogo? Sim, claro. Mas o animal produziu estas pegadas intencionalmente para passar informações? Claro que não. As pegadas foram produzidas como uma consequência do caminhar do animal sobre a terra úmida, por exemplo. As pegadas não podem ser consideradas uma “comunicação visual”, embora estejam plenas de informações.



«Pegadas de dinossauro»,
Museu da Ciência em
Logroño, Espanha
jynus, fotógrafo
fonte: Wikipedia
licença de uso: CC BY 2.5

Vejamos outra situação.

Uma moça vai se encontrar com um rapaz pelo qual está interessada. Ela compra roupas novas, faz um novo corte de cabelo e maquia-se. Entretanto, para infortúnio da moça, o rapaz não se apercebe de suas intenções afetivas. A produção da moça é uma comunicação visual? Sim, claro, há uma intenção em sua produção visual. Mas a mensagem foi compreendida? No caso do exemplo, não.



«Aplicação de maquiagem»,
Ruth Ellison, fotógrafa
https://www.flickr.com/photos/laruth
fonte: Wikipedia
licença de uso: CC BY 2.0

Embora a definição do conceito de *intenção* seja um debate filosófico bastante interessante, neste livro nós abordaremos aquelas mensagens visuais cuja intenção comunicativa é evidente, tais como as publicidades, as obras de arte, etc.

Além disso, é importante ressaltar nesta Introdução que toda a comunicação visual é, essencialmente, **polissêmica**, isto é, uma mesma mensagem visual pode ser interpretada de múltiplas maneiras diferentes e igualmente válidas.

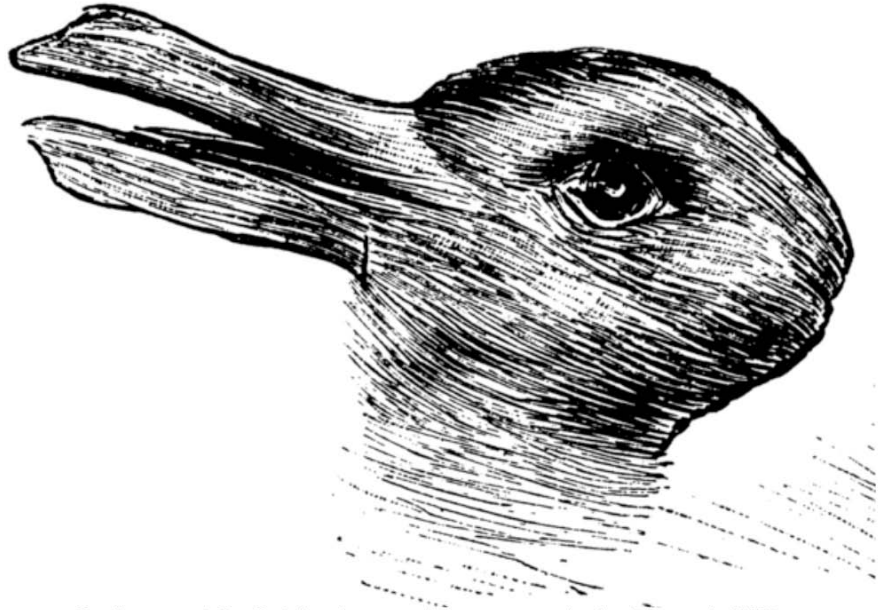
Por exemplo, nas ilustrações ao lado, nós vemos duas imagens ambíguas.

Na imagem do alto, nós podemos interpretar a figura apresentada como sendo dois animais totalmente diferentes entre si. Podemos entender as duas extremidades que se projetam para a esquerda da figura ora como as orelhas de um coelho, ora como o bico entreaberto de um pato. Isto é, a figura pode ser vista ou como um pato ou como um coelho, igualmente, dependendo apenas do foco do observador.

Do mesmo modo, abaixo, vemos outra conhecida figura ambígua, a “Esposa e sogra”. Na mesma imagem, podemos ver o rosto de uma moça, o qual estaria virado para a direita e para trás, olhando por sobre o próprio ombro. E podemos ver, também, uma idosa, a qual estaria com o queixo encostado no peito, olhando para baixo. Para facilitar nossa visualização, o queixo da “esposa” é o nariz da “sogra”.

Nestes dois exemplos, uma interpretação não exclui a outra e ambas são igualmente válidas para estas figuras.

Assim, em toda comunicação visual, a intenção comunicativa de quem produziu a mensagem será sempre apenas uma dentre várias interpretações possíveis que a imagem propiciará. E, por esse motivo, obter uma interpretação específica do observador que seja adequada às intenções de quem produziu a comunicação visual é a razão de ser dos profissionais da área da visual.



«Coelho ou pato?», Detalhe de uma página escaneada da «Fliegende Blätter», 1892, ilustrado desconhecido, fonte: Wikipedia, licença de uso: domínio público



William Ely Hill, "Minha esposa e minha sogra", desenho, fonte: Wikipedia, licença de uso: domínio público.

Resumindo o que dissemos até agora, uma comunicação visual é composta de, ao menos, três agentes:

1. O **criador** da comunicação: aquele que *intencionalmente* produz a mensagem visual. Nos contextos de que falamos anteriormente, o criador seria, por exemplo, o cacique de uma tribo, o qual produz um cocar de penas que indica a sua ascendência sobre os outros membros de sua tribo.
2. O **objeto visível** que comunica a mensagem. No exemplo anterior, seria o cocar de plumas. O cocar de plumas foi produzido intencionalmente e é visível. Dos três agentes, este é o único cuja presença é imprescindível para a comunicação visual. Esta prioridade do objeto visível pode ser atestada em obras tais como a conhecida *Vênus de Willendorf* (ao lado, abaixo), da qual não conhecemos nem o seu criador e, também, não sabemos como interpretar a mensagem que foi transmitida através desta escultura, tendo apenas suposições sobre o seu significado.
3. O **observador**: aquele que vê a comunicação visual e compreende (ou não) a sua mensagem. Seguindo o mesmo exemplo, os observadores seriam os membros da tribo que veem o cocar e sabem que o indivíduo que o está usando é o cacique.



fonte: Corel Gallery



"Venus de Willendorf", entre 24.000 e 22.000 aC, Naturhistorisches Museum, Vienna, Austria.
Licença de uso Creative Commons Attribution 2.5 Generic license
Fonte: Wikipedia

Por outro lado, sabemos que o ser humano se comunica com os outros seres humanos através de seus cinco sentidos, entre os quais, por exemplo:

1. Através dos sons:
    1. Conversando com outras pessoas e trocando informações.
    2. Batendo palmas em uma apresentação de música e mostrando aos músicos que apreciamos o seu desempenho.
    3. Com o apito de um juiz de futebol, indicando uma infração em uma partida.
2. Através da textura:
    1. O uso de lençóis de mil fios, para ter-se uma noite agradável de sono.
    2. Alfabeto Braille para deficientes visuais
3. Através dos aromas
    1. Alguém usando um perfume para tornar-se olfativamente agradável aos outros

Desta maneira, e ampliando este nosso conceito, uma frase falada é uma comunicação sonora, verbal, mas quando esta frase é escrita sobre um papel, por exemplo, esta frase passa a ser, também, uma comunicação visual.

Sendo assim, algumas vezes uma comunicação visual pode ser uma “tradução” de uma comunicação que é previamente realizada através de outro dos sentidos humanos, tal como o verbal em nosso exemplo.

Como ocorre com todas as traduções, algumas vezes o sentido original é preservado em sua integridade, outras vezes, não, tal como podemos ver nos exemplos da página seguinte.



fonte: Corel Gallery



fonte: Corel Gallery

Exemplificando o que dissemos na página anterior, há muitas diferenças entre uma informação que é transmitida de maneira verbal e a mesma informação quando é escrita.

Na ilustração ao lado, por exemplo, temos uma mesma comunicação verbal, sonora: “comunicação visual”.

Entretanto, esta comunicação sonora foi escrita de diferentes maneiras visuais, usando diferentes fontes (uma fonte é um tipo de *design* do alfabeto).

Vê-se como cada fonte diferente acrescenta um significado também diferente à única e mesma comunicação sonora.

Algumas fontes são mais legíveis, tais como as fontes nº 1 e nº 2. Outras são menos legíveis, tais como as fontes nº 3, nº 7 e nº 12.

Algumas fontes tem um aspecto mais cômico e lúdico, tais como as fontes nº 3, nº 6 e nº 8.

Outras fontes são mais irregulares e tortuosas, tais como as fontes nº 4, nº 7 e nº 12.

Estes diferentes significados visuais, característicos de cada fonte, são **adicionados** ao significado verbal único da comunicação sonora.

Sem pretender estabelecer uma analogia, é como se pronunciássemos a frase “comunicação visual” usando diferentes entonações de voz.



1.1 – Os usos da comunicação visual

A partir do que foi dito até agora, compreendemos que o conceito de "comunicação visual" é aplicado quando uma **imagem visível é uma espécie de "ferramenta" comunicacional**, isto é, quando uma imagem é usada com alguma finalidade comunicativa.

Eu uso um serrote para cortar madeira e uma chave de fenda para aparafusar. Assim, similarmente, uma imagem pode ser usada para produzir algum resultado ou ação.

Claro, posso não saber como usar uma chave de fenda, ou posso usá-la para uma função diferente - para abrir latas, por exemplo. Mesmo assim, a sua função principal de aparafusar segue inalterada.

Como já vimos anteriormente, a imagem sempre foi muito útil na história humana. É uma "ferramenta" que foi muita utilizada, desde muito cedo pelos nossos antepassados.

Algumas imagens, como o cocar, por exemplo, podem ter tido uma função original quando foram criados e outra função completamente diferente nos dias de hoje. O cocar, em sua origem, era utilizado com funções políticas, mas, hoje em dia, é admirado pela sua beleza e colorido, exposto em um museu.

Avançando um pouco mais, nós podemos dizer que existem, ao menos, quatro usos básicos da comunicação visual:

1. Apresentar ou referir-se aos seres e objetos do mundo: função de **representação**.
2. Alterar ou influenciar o comportamento de alguém: função de **persuasão**.
3. Apresentar ou organizar conceitos intelectuais: função **cognitiva**.
4. Apresentar sentimentos ou provocá-los no observador: função **expressiva**.

Estas funções não se apresentam de modo exclusivo, pois, muitas vezes, uma única imagem pode apresentar duas ou mais funções simultaneamente.

Nas páginas seguintes, nós explicaremos e exemplificaremos cada uma destas funções.

Entretanto, na sequência deste livro, nós retornaremos repetidamente a esta funções, ampliando ou aperfeiçoando suas definições, conforme a apresentação de cada conceito visual exigir.

1.1.1 - Função de representação

A primeira função da comunicação visual que apresentaremos é a função representativa.

Esta função apresenta o potencial que as **imagens têm de serem semelhantes às coisas ou aos seres do mundo visível**.

Isto é, se diversos observadores independentes olharem para uma mesma imagem representativa, todos eles dirão que a imagem é semelhante a um mesmo objeto do mundo.

Representar, no contexto da comunicação visual, significa "parecer-se com", "ser tomado por" ou "trazer algo à mente". Sendo assim, a imagem representa o objeto porque a imagem é semelhante ao objeto.

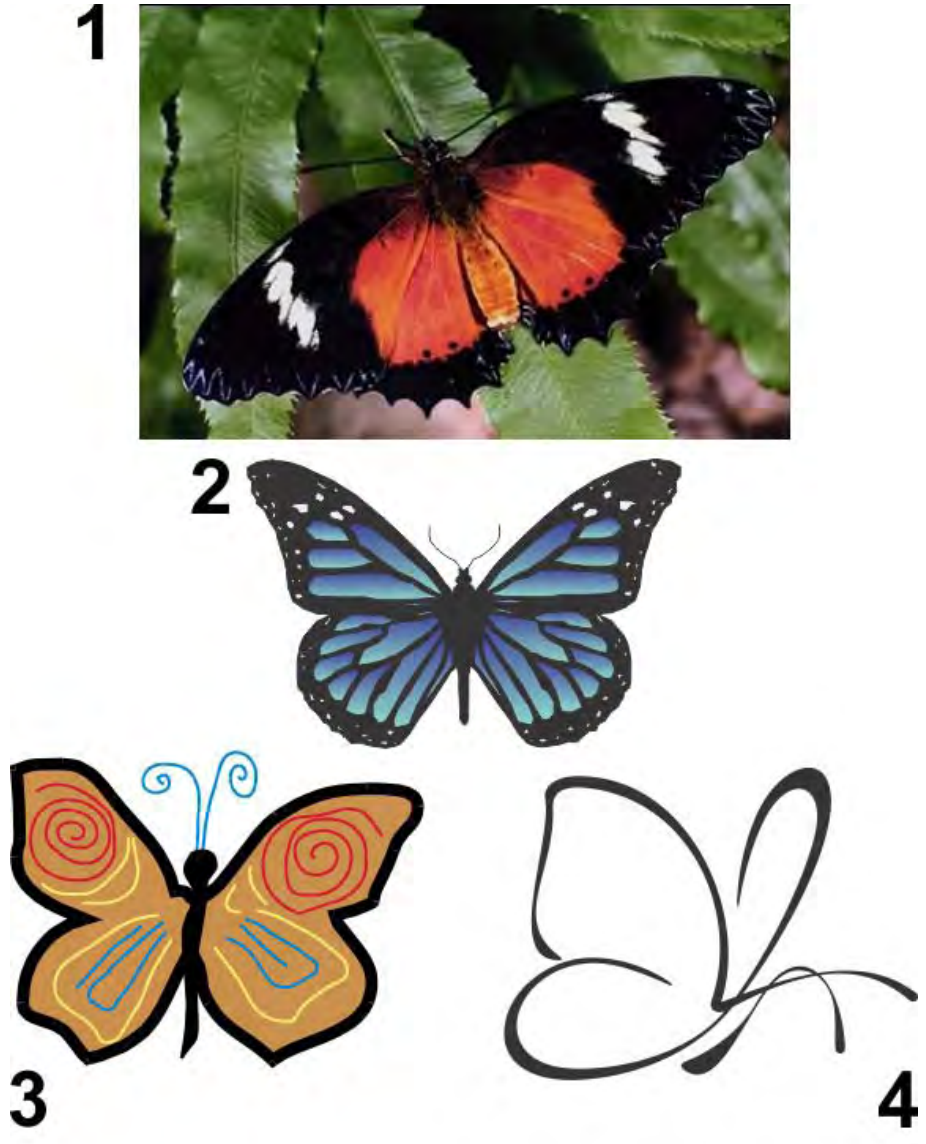
Quando uma imagem representa um objeto de modo preciso e unívoco, nós dizemos que a imagem é **realista**.

Na ilustração ao lado, vemos quatro representações de uma borboleta.

Na representação nº 1, temos uma fotografia, a qual é um dos métodos mais precisos e, portanto, mais realistas de representação.

Na representação nº 2, por outro lado, temos um desenho que, embora ainda muito parecido, já tem certa diferença na similaridade com a borboleta real. Mesmo assim, qualquer observador dirá que a ilustração nº 2 é representativa de uma borboleta.

Nas ilustrações nº 3 e nº 4, por outro lado, a similaridade é cada vez menor, entretanto, continuamos a reconhecer a representação do inseto.



fonte das imagens: Corel Gallery

Ao lado, vemos uma pintura do artista francês Ingres, “Retrato da Princesa de Broglie”.

Imediatamente, nós reconhecemos a representação de uma mulher jovem.

Embora seja impossível para nós conhecê-la, dado que esta pintura foi realizada há mais de 150 anos, podemos obter diversas informações sobre a personagem, apenas baseados na qualidade da sua representação.

Podemos, por exemplo, avaliar o seu nível sócio econômico, baseados na representação dos tecidos dispendiosos de suas roupas.

Podemos também, olhando para o seu rosto, identificar traços de sua personalidade melancólica e delicada.

Em nosso contexto, podemos dizer que a pintura de Ingres representa a princesa, com grande realismo.

Esta pintura foi criada em uma época em que não existiam máquinas fotográficas, tal como as conhecemos hoje. Todo o realismo visto neste retrato foi obtido apenas com a habilidade do artista em desenhar.

O talento de representar sempre foi muito requisitado pelos colecionadores de arte, e só deixou de ser um valor preponderante na comunicação visual quando surgiram as primeiras fotografias no século XIX.



Jean-Auguste Dominique Ingres, «Retrato da Princesa de Broglie», 1853, óleo sobre tela, Metropolitan Museum of Art, Nova York, fonte: Wikipedia, licença de uso: domínio público

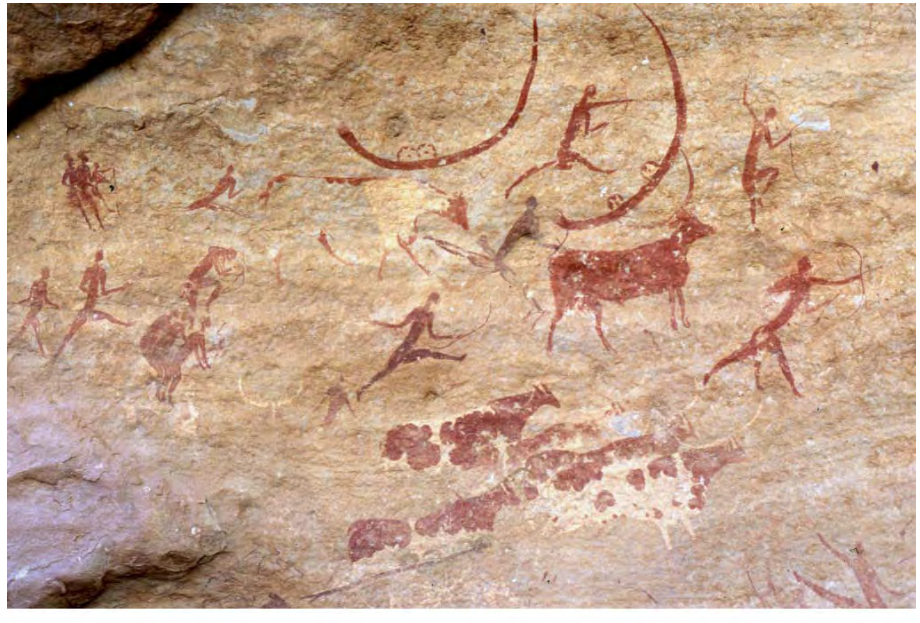
Na ilustração ao lado, vemos uma fotografia de uma pintura rupestre, feita na idade da pedra, e que representa diversas pessoas caçando touros.

Nas paredes de dezenas de cavernas, espalhadas por todo o norte da África e Europa, vemos pinturas rupestres que representam inúmeros animais, com tal grau de detalhe e realismo que podemos identificar, até hoje, cada espécie em particular.

Nós não sabemos qual era a intenção original dos artistas pré-históricos quando realizaram estas pinturas, mas, mesmo assim, podemos identificar muitos elementos presentes na representação, tais como armas e outros apetrechos, bem como podemos entender algumas das estratégias de caça usadas pelos nossos ancestrais. Por exemplo, como podemos observar na pintura, os caçadores isolavam um animal do rebanho e o cercavam por todos os lados.

No caso desta pintura rupestre em particular, podemos ir mais além, identificando até mesmo algumas espécies de animais já extintos, tal como é o caso dos touros representados nesta pintura, que são identificados pelos arqueólogos como sendo da extinta raça *auroque*.

A função representativa desta pintura ainda é eficaz, mesmo após tantos séculos de sua criação.



«Caçada de búfalos», Caverna de Tassili, Sáhara, Argelia,
Gruban, fotógrafo, fonte: Wikipedia, licença de uso: CC BY-SA 2.0

Entretanto, a capacidade de representação da figura não é dependente de uma técnica tal como a fotografia ou, nem mesmo é dependente da habilidade de um artista talentoso.

Isto é, outras figuras bem menos “fotográficas” e bem menos “talentosas” também podem representar objetos e seres do mundo real.

Às vezes, bastam poucos traços visuais para que exista o reconhecimento da figura como a representação de algum objeto do mundo visível.

Um dos mais importantes autores a tratar desta questão é Ernst Gombrich. Em seu livro “Arte e ilusão”, Gombrich se pergunta por que vemos a representação de um rosto em alguns poucos traços? Ou, por outro lado, por que vemos às vezes a representação de um cavalo nas manchas de um teto ou em uma nuvem?

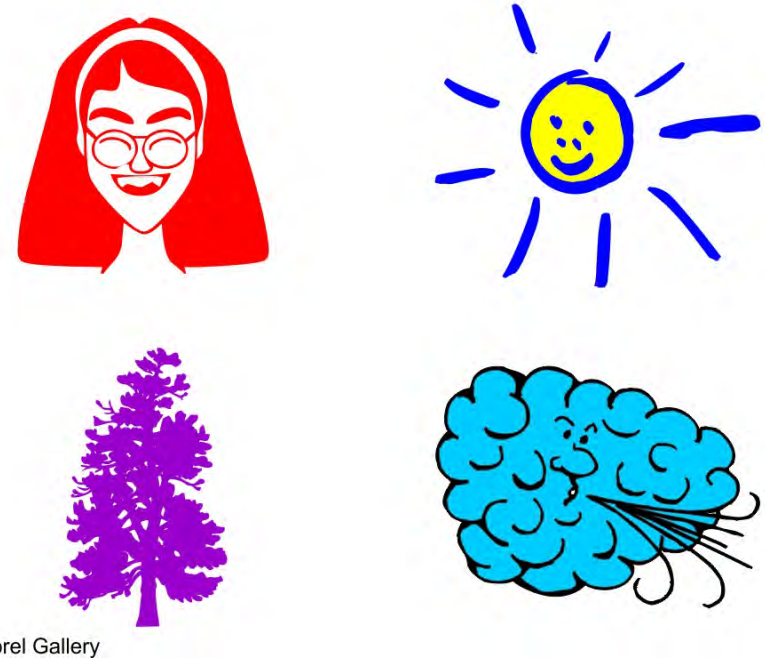
Ao lado, vemos vários desenhos bastante simples, mas, ainda assim, representativos. Observe que nem mesmo a cor muito alterada em relação ao objeto original impede que a imagem seja representativa.

1



fonte: Corel Gallery

2



fonte: Corel Gallery

A função representativa da imagem tem uma longa história nas artes plásticas.

Até o século XIX, inclusive, a função representativa era considerada a principal função da arte. Esta consideração só mudou quando foi inventada a técnica da fotografia, a qual se tornou, desde então, a principal maneira de se representar os seres e objetos do mundo em uma figura.

Nas ilustrações ao lado, nós vemos duas pinturas do artista holandês Piet Mondrian.

Na primeira década do século XX, Mondrian - dentre outros artistas do período - desenvolveu um estilo pictórico que foi se tornando, ao longo dos anos, cada vez menos realista. Isto é, as pinturas de Mondrian foram ficando cada vez menos parecidas com os objetos do mundo visível.

Este foi um longo processo criativo de Mondrian, desenvolvido através de várias e várias pinturas.

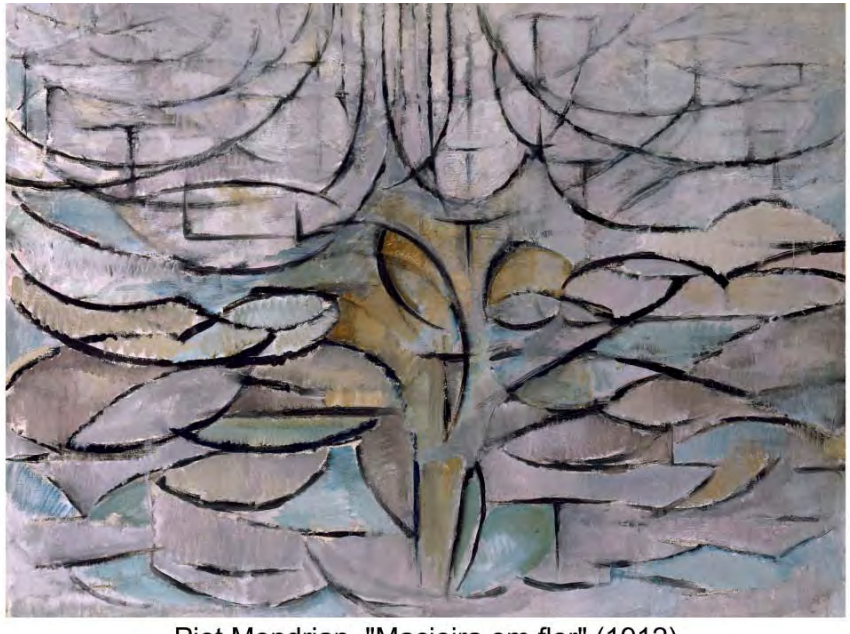
Nas duas ilustrações ao lado, nós vemos duas pinturas de Mondrian representando uma árvore.

Como podemos comparar, a árvore retratada por Mondrian em 1910, acima, é mais realista que a árvore retratada em 1912, na ilustração abaixo.

Na árvore acima, podemos observar que há um tronco e galhos reconhecíveis contra o fundo. Na árvore abaixo, ao contrário, se não fôssemos alertados de que se trata de uma árvore, talvez não a reconhecêssemos.



Piet Mondrian, "Árvore vermelha à noite" (1908-1910),
Kunstmuseum Den Haag, The Hague, Holanda.



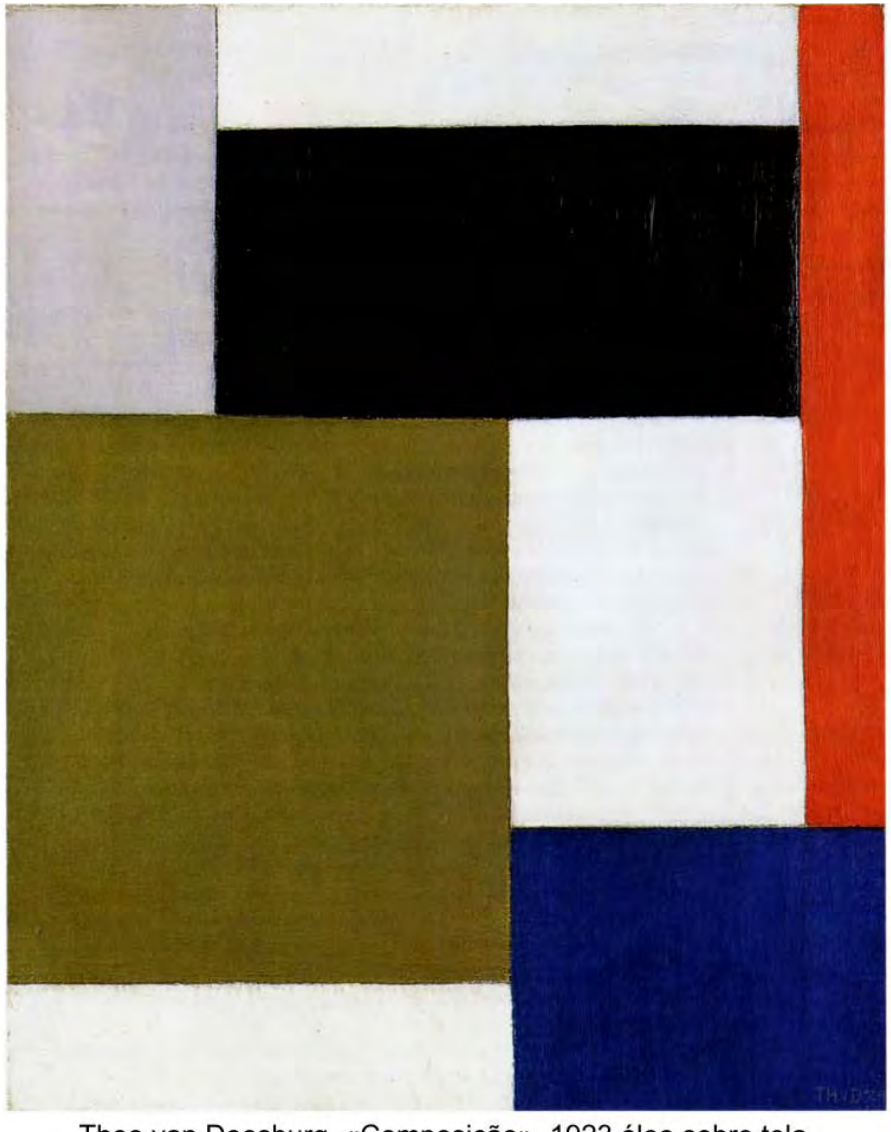
Piet Mondrian, "Macieira em flor" (1912)
Kunstmuseum Den Haag, The Hague, Holanda.

Seguindo esta linha de argumentação acerca da função representativa das figuras, quando uma **imagem não representa um ser ou um objeto do mundo real, diz-se que esta imagem é abstrata**, seja no seu todo ou em alguma de suas partes.

"Não representar" significa que, se vários observadores observassem a mesma imagem abstrata, independentemente, não haveria concordância sobre qual objeto do mundo estaria ali representado.

Na ilustração ao lado, vemos uma pintura abstrata do pintor holandês Theo van Doesburg. Esta pintura foi criada com a intenção explícita de não representar objetos do mundo real.

Ela não pretende ser parecida com nada que nos lembremos de ter visto. O seu objetivo é apresentar uma determinada disposição estética de formas e cores.



Theo van Doesburg, «Composição», 1923 óleo sobre tela, Kunstmuseum Basel, Switzerland, fonte: Wikipedia, licença de uso: domínio público

Já na ilustração ao lado, nós vemos a representação de cinco animais. Isto é, qualquer observador independente que observasse estas figuras afirmaria que são representações de animais.

Entretanto, estas representações são menos realistas, claramente não fotográficas. São figuras que apresentam características visuais mais simplificadas, isto é, mais “enxutas” de cada animal.

Além disso, estas representações incluem alguns aspectos decorativos, tais como pequenas estrelas, zigue-zagues e triângulos que sabemos não fazerem parte da morfologia de nenhuma espécie.

Este tipo de figura representativa, com estas características visuais - simplificação e decoração – são denominadas de figuras **estilizadas**.



fonte das imagens: Corel Gallery

1.1.2 - Função persuasiva

O segundo uso da comunicação visual que apresentaremos é a função persuasiva.

Esta função identifica a possibilidade da utilização das figuras para **obter alguma alteração de comportamento por parte do observador**.

Isto é, um observador olha para uma imagem persuasiva e faz alguma coisa (ou não faz, evita fazer), baseado apenas nas qualidades visuais da imagem. É apenas a característica da imagem que leva o observador a agir (ou não).

Sendo assim, a imagem persuasiva é direcionada para o observador. A imagem pode ser mais ou menos eficaz, mas, se ela não altera o comportamento do observador, deixa de ser persuasiva.

Um dos exemplos contemporâneos mais simples e, ao mesmo tempo, mais eloquentes da persuasão visual são as sinalizações de trânsito.

Simplificando, a organização do tráfico em uma grande cidade é baseada apenas em um código visual de três luzes coloridas: o vermelho, o amarelo e o verde.

Observando apenas uma pequena luz verde à sua frente, o pedestre arrisca sua vida ao atravessar uma movimentada avenida, confiante de que os automóveis pararam, obedecendo à luz vermelha sinalizada para eles.



«Semáforo antigo na Praça da Liberdade, Belo Horizonte.», fotógrafo: Andrevruas, fonte: Wikipedia, licença de uso: CC BY 3.0

Se observarmos o mundo natural, veremos que a persuasão é uma das principais funções da morfologia visível dos animais.

Vamos abrir aqui um pequeno parênteses em nossa argumentação pois, como já dissemos antes, a morfologia animal visível não pode ser considerada “comunicação visual” pois lhe falta o elemento “intenção”. Entretanto, todas as ocorrências da *camuflagem* entre os animais, por exemplo, são claras ocorrências de persuasão visual.

A presa “engana” o predador através de sua camuflagem e, assim, o predador deixa de caçá-la e a presa sobrevive.

Ao lado, acima, vemos um dos pássaros camuflados mais extraordinários, o urutau. Pela sua morfologia, ele é similar ao tronco da árvore onde pousa e, com isso, consegue enganar seus predadores.

Já na fotografia abaixo, vemos outro exemplo de função persuasiva visual, a camuflagem do bicho-pau que se parece com os ramos da árvore onde vive.



Pássaro Urutau (Nyctibius griseus), fotografia carregada por Dysmorodrepanis, fonte: Wikipedia, licença de uso: CC BY 2.0



«Bicho-pau» (Medauroidea.extradentata), fotografia carregada por Olei, fonte: Wikipedia, licença de uso: CC BY-SA 3.0

Além da camuflagem, os animais apresentam outras estratégias visuais persuasivas sofisticadas.

Acima, vemos uma fotografia de uma borboleta “monarca” *(Danaus plexippus)*. Ela possui a combinação vibrante das cores laranja e preto e, na natureza, esta combinação de cores é reconhecida por estar presente em insetos venenosos ou de gosto ruim.

Um predador de borboletas, tal como um pássaro, por exemplo, vai evitar insetos com esta combinação de cores, sempre que possível.

Pois bem. Uma segunda espécie de borboleta, adequadamente denominada de “vice-rei” é, ao contrário da monarca, comestível. Com o passar das gerações, e através da seleção natural, a borboleta vice-rei “imitou” as cores da borboleta monarca, enganando os predadores de que ela também seria venenosa, tal qual a monarca.

Já na ilustração abaixo, vemos um peixe de águas profundas, o “peixe-diabo negro”. Este animal tem um apêndice na testa onde há, em sua extremidade, uma pequena fonte de bioluminescência. O peixe-diabo usa desta pequena “lâmpada” natural para enganar e atrair outros peixes, dos quais se alimenta.



Borboleta Monarca (*Danaus plexippus*), Kenneth Dwain Harrelson, fotógrafo
fonte: Wikipedia
licença de uso: CC BY-SA 3.0



Borboleta vice-rei (*Limenitis archippus*)
PiccoloNamek, fotógrafo
fonte: Wikipedia
licença de uso: CC BY-SA 3



«Peixe-diabo negro», (*Melanocetus johnsonii*), Museu de História Natural de Londres, fonte: Wikipedia, licença: CC BY-SA 3.0

Retornando à comunicação visual intencional, quando nós olhamos para uma imagem persuasiva, nós somos solicitados (ou constrangidos) a fazer algo (ou a evitar fazer).

Esta solicitação pode ter, por exemplo, o poder de lei, tal como ocorre com as placas de trânsito ou, ao contrário, pode ter o poder da sedução, tal como ocorre com a publicidade.

Na ilustração ao lado, acima, vemos duas placas de trânsito. Observe que, em nenhuma delas vemos qualquer texto escrito. Na placa nº 1, temos apenas figuras abstratas, uma seta em preto dobrada para a direita, superposta por uma diagonal em vermelho. O significado desta placa é “proibida a conversão à direita”. Já na placa nº 2, por outro lado, temos a representação de um cachorro, superposta pela diagonal em vermelho. Ou seja, a placa nos ordena: “proibido cães”.

Ao lado, abaixo, vemos uma propaganda de refrigerante da Coca-Cola™. Todas as publicidades, de um modo mais ou menos eficaz, pretendem influenciar o observador, obtendo o consumo.

Mostrando a jovem (bonita e bem vestida) degustando a bebida, a publicidade da Coca-Cola pretende despertar, em seu observador, o desejo de também consumir o refrigerante.



1 2

fonte das imagens: Corel Gallery



«Coca-Cola, 5 cents»
1900,
Artista não creditado,
trabalho restaurado do original.
fonte: Wikipedia
licença de uso: domínio público

1.1.3 - Função cognitiva

O terceiro tipo de função da comunicação visual que apresentaremos é a função cognitiva.

Esta função identifica o fato de que **uma imagem pode ser veículo de informação, isto é, posso saber alguma coisa apenas olhando para uma imagem**.

Como temos visto até agora, nós podemos extrair muitas informações de uma imagem. Por exemplo, podemos saber em que técnica a imagem foi criada, ou qual o nome de seu criador, ou o que está representado na imagem, etc. Isso ocorre com qualquer coisa que vemos e é próprio de nossa percepção interpretar o mundo visível.

Entretanto, o que a função cognitiva da figura afirma é algo além dessa nossa característica biológica inata. Ela afirma que uma imagem pode ser produzida para transmitir uma informação.

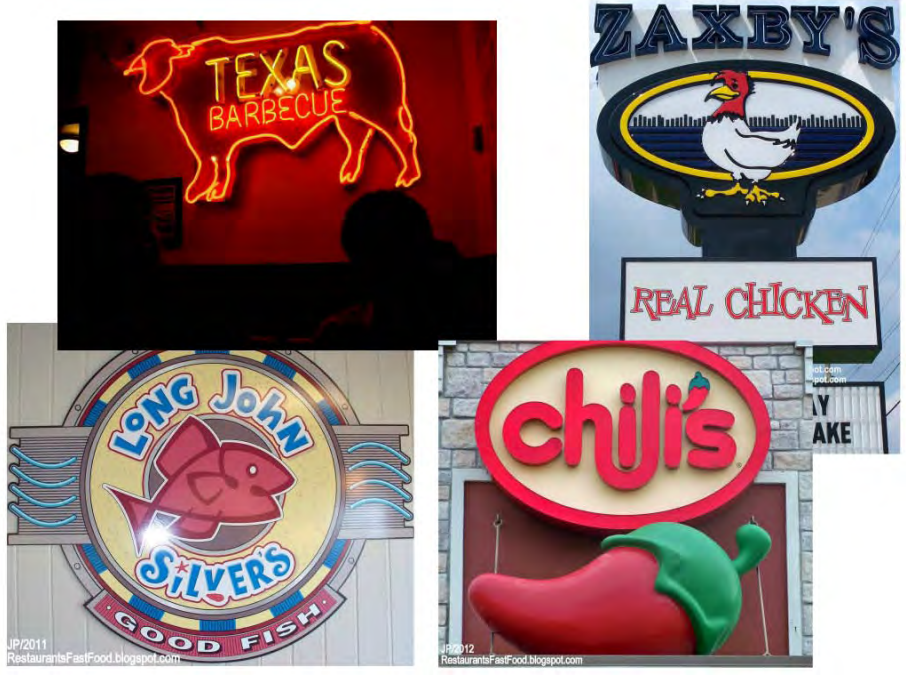
Isto é, além de todas as informações que posso obter olhando para uma imagem, **posso obter ao menos uma informação que foi intencionalmente enviada pelo criador da imagem**.

Ao lado, acima, vemos dois letreiros de bares na Inglaterra. Mesmo que não saibamos inglês, apenas olhando para os letreiros e contextualizando sua localização, sabemos que aqueles locais servem bebidas.

Igualmente são os quatro letreiros de restaurantes nos Estados Unidos, vistos abaixo. As imagens nos informam, independentemente da linguagem escrita, quais são os pratos principais de cada cardápio.

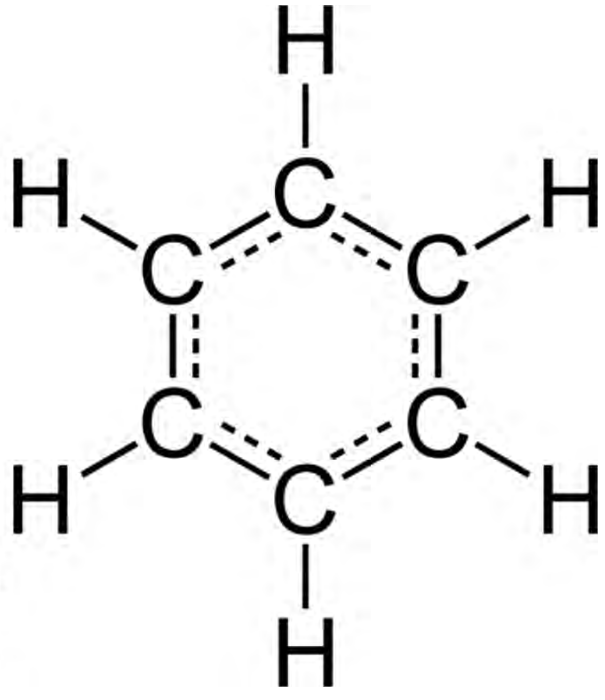


letreiros de bares, fonte: Corel Gallery



Outra possibilidade cognitiva da comunicação visual é apresentar informações sobre determinadas **relações** entre aspectos do mundo que não são diretamente visíveis nos objetos do mundo real.

Por exemplo, na ilustração ao lado, acima, vemos a célebre fórmula hexagonal do benzeno, proposta por Kekulé em 1865. A fórmula é um diagrama visual que, nem de longe, é parecida visualmente à realidade molecular do composto. Entretanto, para toda a ciência Química, este diagrama visual é o que melhor representaria a relação estabelecida entre os seis átomos de carbono, todos ligados entre si e cada um, por sua vez, ligado a um átomo de hidrogênio.



Fórmula hexagonal do Benzeno
August Kekulé, autor
1865,
fonte: Wikipedia,
licença de uso: domínio público

Na ilustração abaixo, do mesmo modo, vemos um diagrama que representa o Metrô da cidade de São Paulo.

Observando o mapa, podemos saber qual a ordem da sequência das estações; qual a primeira e a última estação de cada linha; qual a estação que é o intercâmbio de baldeação entre as diversas linhas, etc. É possível alguém transitar por todo o metrô, apenas extraindo informações da observação deste diagrama.



Mapa do Metrô de São Paulo, autor: Eduardo Sellan III, fonte: Wikipedia, licença de uso: domínio público

Em ambos estes exemplos, as informações oferecidas por estas figuras são informações abstraídas dos objetos reais. E são informações que são melhor apresentadas apenas através de uma figura como estas.

Ampliando este conceito da função cognitiva da figura, a comunicação visual pode também nos apresentar informações sobre o mundo que **não são diretamente visíveis** ao observador.

Isto é, a figura mostra informações do mundo ao observador que ele não poderia ver diretamente, observando o objeto ao natural.

Um exemplo deste tipo de imagem informativa são as fotografias obtidas através da exposição dos objetos aos raios-X. Ao lado, acima, vemos uma destas primeiras experiências realizadas. Estas radiografias são extremamente informativas aos médicos para a compreensão de determinados males que nos acometem.

Abaixo, por outro lado, vemos um cristal de neve ampliado através de um microscópio eletrônico. As imagens obtidas com este procedimento nos revelam informações sobre um mundo que é inacessível a olho nu.

Outro exemplo bem conhecido deste uso cognitivo da comunicação visual são os chamados “replays” de uma jogada de futebol na televisão. Desacelerando a velocidade normal da filmagem, é possível verificar a ocorrência de infrações em uma jogada, por exemplo.



Raio X da mão de Albert von Kölliker,
Realizada por Wilhelm Röntgen,
fonte: Wikipedia
licença de uso: domínio público



Cristal de neve ampliado em
microscópio eletrônico,
carregado por Dcoetzee,
fonte: Wikipedia,
licença de uso: domínio público

Outro uso da comunicação visual com finalidades informativas (cognitivas) é a representação de símbolos sociais, religiosos ou culturais.

Figuras simbólicas são figuras que tem um **significado específico para uma determinada cultura**.

Sua aparência única faz com que todas as pessoas que conheçam ou compartilhem daquela cultura imediatamente associem a figura simbólica a um determinado significado.

Um dos melhores exemplos de figuras simbólicas são as letras dos alfabetos. Sendo visuais, as letras são imediatamente reconhecidas por todos os que saibam ler aquela linguagem. Ao lado, acima, vemos diversos exemplos de alfabetos, não apenas o alfabeto latino mas, também, outros alfabetos mais “gráficos”, tais como os alfabetos chinês ou o árabe.

São muitos e vários os exemplos de figuras simbólicas, alguns mais respeitáveis e tradicionais, outros menos.

Como vemos na ilustração abaixo, os símbolos religiosos, os escudos de times de futebol, os signos do zodíaco, etc. todos são tipos de figuras cognitivas (simbólicas), reconhecidos por todas as pessoas que compartilhem daquelas culturas respectivas.

alfabeto latino comunicação visual

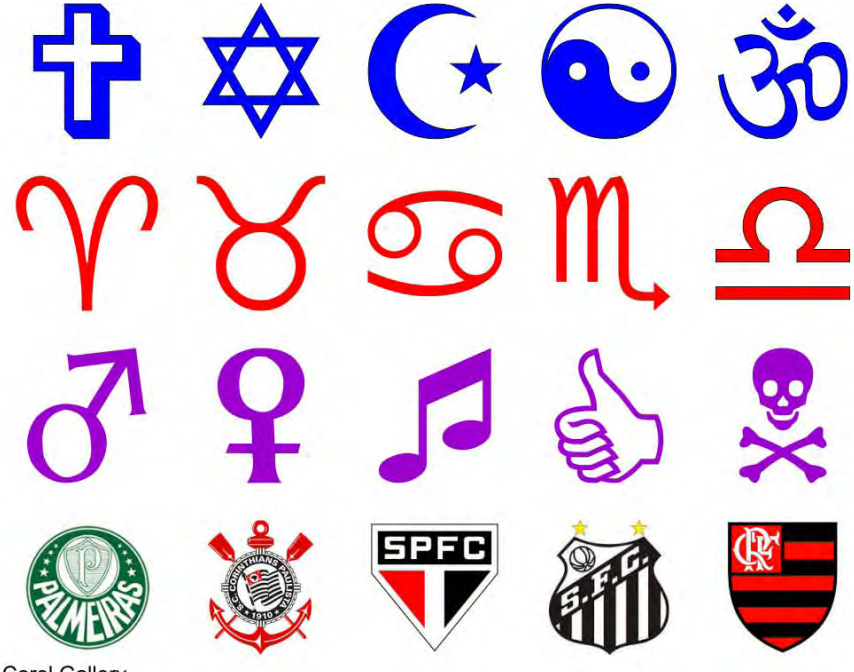
alfabeto cirílico визуальная связь

alfabeto grego οπτικής επικοινωνίας

alfabeto chinês 可視通信

alfabeto hebraico תקשורת חזותית

alfabeto árabe الاتصال المرئي



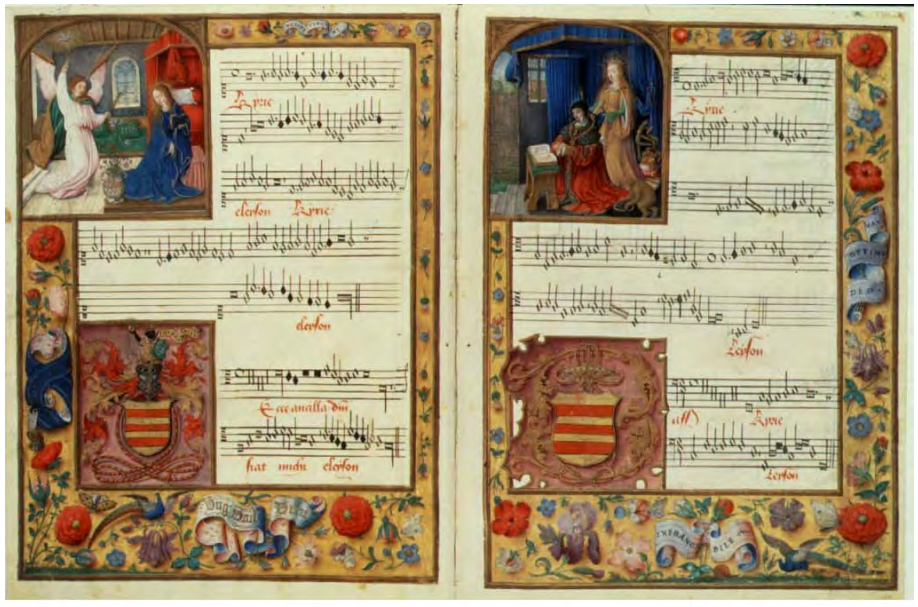
fonte: Corel Gallery

Há muitos outros exemplos interessantes da utilização de figuras para transmitir informações ao observador.

Na ilustração ao lado, acima, vemos uma partitura musical do século XV. A configuração visual da partitura informa aos músicos os diversos aspectos da música que será executada. A altura das notas, seu ritmo e sucessão, etc. quase tudo sobre a música pode ser conhecido apenas olhando para uma partitura visual. A partitura é uma notação visual simbólica, quase uma linguagem visual, que deve ser conhecida por todos os que tocam a música erudita.

O segundo exemplo, abaixo, é a representação visual das insígnias das três armas militares do Brasil: a Marinha, o Exército e a Aeronáutica.

Cada posto da hierarquia militar, isto é, o general, o coronel, o sargento ou o soldado raso, por exemplo, tem um específico design visual, isto é, a sua insígnia. Quem conhece estes designs visuais, sabe tratar-se aquele militar de alguém de maior ou menor patente, isto é, apenas olhando para uma insígnia, saberemos a posição do militar na hierarquia de sua arma.



"Missa Ancilla Domini", de Johannes Ockeghem, do Códice Chigi, séc. XV., fonte: Wikipedia, licença de uso: domínio público



«Hierarquia Militar Brasileira
Marinha, Exército e Aeronáutica»
Blackcloud11, ilustrador
fonte: Wikipedia
licença de uso: CC BY-SA 3.0

1.1.4 - Função expressiva

A última função da comunicação visual que apresentaremos é a função expressiva.

Esta função indica a possibilidade de uma **imagem expressar ou provocar uma emoção ou um sentimento**.

Esta é a principal teoria associada às artes visuais. Isto é, para muitas pessoas, o que define uma obra de arte é a possibilidade desta obra de arte ser expressiva em um sentido emocional.

Grandes artistas, inclusive, apoiam essa teoria. Por exemplo, um dos grandes artistas modernos, Van Gogh, era um destes entusiastas da função expressiva da figura.

Ao lado, vemos uma de suas famosas pinturas, “O café noturno”. É um quadro muito intenso, seja no uso de contrastes dramáticos de cores - vermelho, verde e amarelo - seja na pincelada tortuosa. Van Gogh, inclusive, menciona este quadro em uma carta que escreveu ao seu irmão, Theo:

> *"No meu quadro do ‘Café à noite’, tentei expressar que o café é um lugar onde alguém pode se arruinar, enlouquecer ou cometer um crime.*



Vincent Van Gogh, «O Café à Noite na Place Lamartine», óleo sobre tela, 1888, Galeria de Arte da Universidade de Yale, fonte: Wikipedia, licença de uso: domínio público

> *Pelos contrastes das tonalidades de um rosa delicado e vermelho-sangue e vermelho-escuro, de um verde suave Luís XV e verde veronês contra um amarelo-esverdeado e azul-esverdeado forte - tudo isso numa atmosfera do rubro de fogo infernal e um amarelo baço de enxofre - quis exprimir o poder tenebroso de uma taberna."*

Nesta passagem, lemos como o artista pretendeu expressar, com a sua pintura, as fortes emoções associadas ao ambiente de um bar na alta madrugada da Paris do século XIX.