



## **Faces de Bergman: retórica visual aplicada à criação de cartazes cinematográficos conceituais**

*Bergman faces: visual rhetoric applied to the creation of conceptual movie posters*

Hana Leite, Hans Waechter

*processo criativo, retórica visual, cartaz conceitual, Ingmar Bergman*

*A retórica visual é um estudo recente no design gráfico. Ela tem sido estudada sob os mais variados aspectos desde a Antiguidade, mas a abordagem de uma retórica da imagem iniciou-se no século XX. O propósito desta pesquisa foi investigar, adaptar e aplicar técnicas e figuras retóricas a fim de se obter resultados mais criativos e menos intuitivos, através da aplicação da retórica visual à criação de cinco cartazes cinematográficos conceituais de filmes de Ingmar Bergman.*

*creative process, visual rhetoric, conceptual poster, Ingmar Bergman*

*Visual rhetoric is a recente field of study in graphic design. It has been studied from various aspects since ancient history, but the rhetoric of the image approach began in the twentieth century. The objective of this research was to investigate, adapt and apply techniques and rhetorical figures, in order to get more creative and less intuitive results, through the application of visual rhetoric at the creation of five conceptual movie posters from Ingmar Bergman's films.*

## **1 Introdução**

Segundo Bonsiepe (1997), a Retórica é um dos campos menos pesquisados do design, embora seja inerente à prática do mesmo. Seu estudo ainda é muito atrelado à linguística e sua perspectiva criativa ainda é recente.

O propósito desta pesquisa, desenvolvida em projeto de conclusão de curso (LEITE, 2013), foi investigar, adaptar e aplicar técnicas e figuras retóricas a fim de se obter resultados mais criativos e menos intuitivos, baseando-se nos métodos e estudos propostos por Waechter (2008) e Durand (1973), através da aplicação da retórica visual à criação de cinco cartazes cinematográficos conceituais de filmes de Ingmar Bergman (Fanny e Alexander, 1982; Gritos e Sussurros, 1972; Morangos Silvestres, 1957; Persona, 1966; e O Sétimo Selo, 1957).

## **2 Retórica Visual**

A utilização de imagens conceituais é uma das principais características da Retórica Visual, no qual técnicas e figuras de linguagem são utilizadas para influenciar emoções e significados aos receptores da mensagem. O tema tem sido estudado sob os mais variados aspectos desde a Antiguidade, do ponto de vista da linguística, mas a abordagem da imagem como linguagem com

sua própria retórica iniciou-se no século XX (ALMEIDA; NOJIMA, 2010). Segundo Nietzsche: [...] não há linguagem sem retórica. A Retórica é um aperfeiçoamento dos artifícios já presentes na linguagem, que em si é a resultante de “artes puramente retóricas” (NIETZSCHE [1844-1900], 1995: 44 apud ALMEIDA; NOJIMA, 2010: 16).

Durand (1973 apud WAECHTER, 2008) e Ricarte (1998 apud WAECHTER, 2008) afirmam que Roland Barthes foi o primeiro a analisar a imagem publicitária com auxílio de conceitos retóricos, em 1964 no nº 4 de *Communications*, levando-o a lançar as bases de uma retórica da imagem.

A partir desse estudo, Durand (1973) propôs uma matriz (figura 1) na qual são classificadas as maiores das figuras retóricas utilizadas em artefatos de design e publicidade, e suas relações com os elementos variantes (os elementos da linguagem visual). Ela é indispensável para a melhor compreensão das operações retóricas e suas funções.

Figura 1: Classificação geral das figuras retóricas por Durand (1973).

CLASSIFICAÇÃO GERAL DAS FIGURAS RETÓRICAS				
Relação entre Elementos Variantes	Operação Retórica			
	Adjunção	Supressão	Substituição	Troca
Identidade	Repetição	Elipse	Hipérbole	Inversão
Similaridade de forma de conteúdo	Rima	Circunlóquio	Alusão	Hendíadis
	Comparação		Metáfora	Homologia
Diferença	Acumulação	Suspensão	Metonímia	Assíndeto
Oposição de forma de conteúdo	Emparelhamento	Dubitação	Perífrase	Anacoluto
	Antítese	Reticência	Eufemismo	Quiasmo
Falsas Homologias duplo sentido paradoxo	Antanáclase	Tautologia	Trocadilho	Antimetábole
	Paradoxo	Preterição	Antífrase	Antilogia

As figuras retóricas propostas por Durand (1973), aqui chamadas de figuras retóricas visuais por sua aplicação em design e publicidade, são divididas em quatro operações fundamentais:

1. Figuras de Adjunção: adiciona-se um ou mais elementos à composição.
2. Figuras de Supressão: suprime-se um ou mais elementos da composição.
3. Figuras de Substituição: substitui-se um ou mais elementos na composição.
4. Figuras de Troca: trocam-se dois ou mais elementos entre si na composição.

Essas operações são compostas por diversas figuras retóricas que se distinguem entre si pela relação entre elementos variantes. Na figura 2 algumas figuras podem ser compreendidas a partir de artistas consagrados do século XX.

Figura 2: Classificação geral das figuras retóricas por Durand (1973).


ARTISTAS DO SÉCULO XX   FIGURAS RETÓRICAS			
PICASSO	VAN GOGH	FRIDA KAHLO	SALVADOR DALÍ
			
Acumulação – elementos diferentes são adicionados na composição.	Elipse – a orelha representa a supressão de elementos. No caso a identidade do próprio Van Gogh.	Metonímia – a rosa substitui Frida Kahlo pela diferença de uma parte pelo todo.	Inversão – o relógio troca sua forma, deformando e invertendo sua função.

Logo, admite-se que a figura é uma operação que desloca a linguagem de um nível a outro, expondo algo de uma maneira ‘figurada’, quando poderia ser dito de uma maneira direta. “As figuras de retórica, embora refiram-se normalmente à linguagem verbal, também podem ser aplicadas em imagens. Essas estruturas podem servir como ferramentas para gerar conceitos ou sugerir organizações alternativas” (SASSER, 2013: 82).

### 3 Pesquisa e geração de ideias

Para uma melhor compreensão dos filmes (*Fanny e Alexander*, 1982; *Gritos e Sussurros*, 1972; *Morangos Silvestres*, 1957; *Persona*, 1966; e *O Sétimo Selo*, 1957) foram definidas cenas icônicas a serem analisadas e gerarem ideias. Foram considerados os aspectos sintáticos (aspectos formais) e semânticos (aspectos conceituais), além dos aspectos cinematográficos estudados por Bernardet (1985) e Coloda & Vian (1972). Os resultados confirmaram muitas das características de Ingmar Bergman, como a recorrente utilização de temas e símbolos sobre tempo, morte, nascimento, relações humanas e identidade, aliados a uma cinematografia que evidencia essas significações (figura 3).

Figura 3: Exemplo de análise das cenas para o filme *Morangos silvestres* (Ingmar Bergman, 1957).



**FILME**

Título | Morangos silvestres.  
Ano | 1957.  
Direção | Ingmar Bergman.  
Autoria | Ingmar Bergman.

**CENA**

Descrição | O professor Isak Borg tem um sonho muito estranho. Numa caminhada matinal ele se perde numa parte desconhecida da cidade, com ruas desertas e casas em ruínas...  
Duração | 04'42".  
Atores | Victor Sjöström.

**CINEMATOGRAFIA**

Piano	<input checked="" type="checkbox"/> Plano geral	<input checked="" type="checkbox"/> Plano conjunto	<input checked="" type="checkbox"/> Plano americano	<input checked="" type="checkbox"/> Plano médio
	<input checked="" type="checkbox"/> Primeiro plano	<input checked="" type="checkbox"/> Primeiríssimo plano	<input checked="" type="checkbox"/> Plano detalhe	
Angulação	<input checked="" type="checkbox"/> Normal	<input checked="" type="checkbox"/> Plongée	<input checked="" type="checkbox"/> Contra-plongée	<input type="checkbox"/> Câmera oblíqua
	<input type="checkbox"/> Câmera excêntrica	<input checked="" type="checkbox"/> Campo e contra-campo		
Movimento de câmera	<input checked="" type="checkbox"/> Travelling	<input type="checkbox"/> Panorâmica	<input type="checkbox"/> Tilt	<input type="checkbox"/> Grua
	<input type="checkbox"/> Câmera na mão	<input checked="" type="checkbox"/> Câmera parada	<input checked="" type="checkbox"/> Zoom	
Transição de planos	<input checked="" type="checkbox"/> Corte	<input checked="" type="checkbox"/> Fade	<input type="checkbox"/> Dissolve	<input type="checkbox"/> Wipe
Ambientação	Interna e externa.			
Cenário	Quarto em que personagem dorme (camas)   Cidade deserta do sonho com edifícios antigos. Cena em preto e branco.			
Iluminação	Artificial e natural.			
Som	Batidos de sino, batida de relógio, passos de cavalo, batida do coche no poste, ruído do coche preso sendo forçado pelos cavalos.			
Música	Música introdutória por harpa e música de suspense no ápice da cena.			
Diálogo	Isak Borg: Na noite do primeiro dia de junho...Tive um sonho estranho. Sonhei que durante minha caminhada matinal...Eu me perdi numa parte desconhecida da cidade... com ruas desertas e casas em ruínas.			

**ASPECTOS SINTÁTICOS**

A cena inicia-se por um fade in e é narrada pelo personagem Isak Borg, que descreve brevemente que teve um sonho, que se inicia. Todos os tipos de planos são utilizados e em alguns momentos as angulações passam do normal para plongée e contra-plongée. A ambientação é tanto externa (sonho) quanto interna (Isak dormindo).

**ASPECTOS SEMÂNTICOS**

A cena possui uma gama de significados diferentes, por se tratar de um sonho. É composta por muitos cortes, devido à quantidade de ações. A iluminação possui alto contraste e o movimento de câmera mais utilizado é o travelling, que acompanha os movimentos do personagem pelas ruas. O zoom é utilizado nos momentos de medo e tensão, dando ênfase às expressões de Isak. Ao final do sonho o zoom in nas faces de Isak (si próprio e morto) desfoca a imagem. Os sons e a música têm importante papel, pois também produzem significados na narrativa. As batidas do relógio, os passos dos cavalos à distância e os ruídos do coche, semelhante ao choro de bebê, são exemplos. Há um conceito principal de duplo sentido: a morte pelo nascimento e o nascimento pela morte, ou morte é vida e vida é morte.

Em busca de uma consistência estética foi elaborada uma análise de similares, a partir de cinco cartazes originais de outros filmes de Bergman, dos quais também foram analisados os aspectos sintáticos e semânticos. O resultado da análise de similares (figura 4) abrangeu quatro categorias principais: linguagem verbal, linguagem plástica, linguagem pictórica e operações retóricas.

A partir dos resultados obtidos na pesquisa, fotografias foram produzidas para serem editadas e compor os cartazes, auxiliando assim na geração de alternativas (figura 5).

Figura 4: Resultado da análise de similares.

**LINGUAGEM VERBAL**

**TÍTULO**

Lettering      Caligrafia      Tipografia linear      Tipografia serifada

●      ●      ●      ●

**INFORMAÇÕES**

Tipografia linear      Tipografia serifada      Caligrafia

●      ●      ●

**LINGUAGEM PLÁSTICA**

**COR**

Preto      Branco      Vermelho      Oliva      Azul

●      ○      ●      ●      ●

**TEXTURA**

Lisa      Linear      Orgânica

●      ●      ●

**LINGUAGEM PICTÓRICA**

Fotografia      Desenho      Pintura

●      ●      ●

**OPERAÇÕES RETÓRICAS**

**ADJUNÇÃO**

Acumulação      Rima      Emparelhamento      Comparação

●      ●      ●      ●

**Paradoxo**      **Repetição**      **Antanácia**

●      ●      ●

**SUPRESSÃO**

Elipse      Circunlóquio      Dubitação

●      ●      ●

**SUBSTITUIÇÃO**

Metonímia      Metáfora      Hipérbole      Alusão

●      ●      ●      ●

**Antífrase**

●

**LEGENDA:**

●      ●      ●      ●      ●

1      2      3      4      5

Figura 5: Geração de ideias a partir de fotografias (usadas com a permissão de Lana Pinho)



#### 4 Geração de Alternativas

As diretrizes para geração de alternativas tiveram base no método proposto por Waechter (2008), através dos experimentos realizados no grupo de estudo do Bacharelado em Design da UFPE, “Retórica Visual e Design” (figura 6). A proposta fundamentou-se em diretrizes que limitam e preveem as variáveis que podem ser manipuladas, e as que intervêm no processo criativo. As operações retóricas foram determinadas pelas funções e relações entre elementos variantes da matriz de Durand (1973).

As diretrizes objetivaram a percepção de uma série, através de uma unidade estética entre os cartazes, além de terem sido direcionadas pelas características do cartaz conceitual de propaganda, que possui três das funções enunciadas por Moles (1974): informação, propaganda e estética. Ou seja, a motivação comercial é suprimida para uma diferenciação de resultado (figura 7).

Figura 6: Diretrizes para geração de alternativas na metodologia de Design a partir da aplicação de figuras da Retórica Visual de Waechter (2008).

DIRETRIZES PARA GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS NA METODOLOGIA DE DESIGN A PARTIR DA APLICAÇÃO DE FIGURAS DA RETÓRICA VISUAL FACES DE BERGMAN			
Artefato	Figuras Retóricas	Variáveis	Intervenientes
Cartaz conceitual de propaganda	Operações retóricas predominantes na análise de similares	Elementos predominantes na análise de similares	Características formais e conceituais predominantes na pesquisa e geração de ideias
	Adjunção	Linguagem Pictórica (desenho, fotografia)	Função informacional (título, diretor)
	Supressão	Linguagem Verbal (lettering, caligrafia)	Função estética (referências à cena, referências à Bergman)
	Substituição	Linguagem Plástica (preto, branco, vermelho, oliva e azul; textura lisa)	Função de propaganda (divulgação do filme)

Figura 7: Geração de alternativas



## 5 Resultados

O resultado da geração de alternativas abrangeu as diretrizes para aplicação de figuras retóricas visuais e o critério de seleção dos resultados, além da criatividade, foi a essência da cena para qual o cartaz foi referenciado (figura 9).

Figura 9: Resultado | Faces de Bergman.





### Fanny e Alexander

A alternativa 1 remete com sucesso a estética *navy* (marinha) dos figurinos das crianças e as reações expressivas dos mesmos quando deparados com a alma do pai, porém a alternativa 2 se refere formalmente à lanterna mágica presente na cena do filme, em que uma das elipses sangra pela margem esquerda enquanto outra se aproxima. Outra questão importante é que, de acordo com a análise da cena, Fanny e Alexander são transportados simbolicamente de uma ilusão visual (lanterna mágica) para outra (visão da alma do pai). Assim, a alternativa 2 agregou melhor os significados da cena.

### Gritos e Sussurros

Para a alternativa 1 são utilizadas muitas figuras retóricas, resultando em uma proposta diferenciada e divertida. Porém, o recorte das bocas (**elipse**) provoca uma dubiedade, em que o contexto principal do filme, atrelado ao sofrimento e às emoções intensas, poderia ser confundido com temáticas de humor e sexo. A alternativa 2, por outro lado, é composta por um número menor de figuras retóricas, porém possui um impacto visual significativo e seu conceito corresponde totalmente à essência do filme. A **hipérbole** por si só necessita de um maior espaço, assim como a dor representada no filme por gritos e sussurros. Logo, a alternativa 2 foi escolhida.

### Morangos Silvestres

A alternativa 1 aborda o sonho da cena referenciada, utilizando mais operações de **substituição**, recurso semelhante ao processo onírico (cruzamento e substituição de significados inconscientes). Assim, a imagem é representada por uma figura surreal e **paradoxal**. Já a alternativa 2 possui um relógio como destaque, sobreposto à lençóis que remetem o sonho, o sono e a morte. Porém, a alternativa 2 não segue o padrão inevitável encontrado na maioria dos cartazes, em que faces são apresentadas. A alternativa 1 não possui uma face literal, real, mas o relógio a substitui e foi escolhida.

### Persona

A alternativa 1 representa a soma de personalidades pela soma de faces (**metáfora e metonímia**), que é representada claramente pela supressão (**elipse**) do rosto, dividindo-o em duas partes. A cor azul foi utilizada pela introspecção e subjetividade que o tom utilizado abrange. Já a alternativa 2 possui os lados das faces opostas, sugerindo diferença e não semelhança, principal conceito da cena referenciada. Assim, a alternativa 1 foi escolhida.

### Sétimo Selo

A alternativa 1 foi composta unicamente pela figura da Morte, em posição de superioridade e poder que a personagem carrega simbolicamente (**tautologia**). Porém, a dicotomia existente na cena para qual o cartaz se refere, em que a Morte e o cavaleiro são oponentes e representantes,

não é apresentada. Ela é encontrada na alternativa 2, em que a figura da Morte é representada em preto e em branco, em posições opostas como um tabuleiro de xadrez, assemelhando-se a peões. Logo, foi escolhida a alternativa 2.

## 6 Considerações Finais

Como prática persuasiva a Retórica é inerente à todas as linguagens, inclusive na linguagem visual praticada pelos designers gráficos, porém de uma maneira muitas vezes intuitiva. É importante a compreensão de que o estudo dos processos valoriza, diferencia e impulsiona qualquer campo profissional. O Design, como é reconhecido atualmente, é um campo profissional novo em comparação a outras já estabelecidas. A prática e 'controle' do discurso são importantes para a configuração de subsídios teóricos e metodológicos consistentes.

Por fim, a metodologia utilizada neste projeto teve como objetivo desmistificar a Retórica e proporcionar resultados mais criativos, em que o conceito, aliado a uma estética apropriada e fundamentada, é o fio condutor de todo o processo. É importante reforçar que este projeto baseou-se em métodos que estão em constante experimentação, e que podem e devem ser ampliados.

## Referências

- ALMEIDA JUNIOR, L. N.; NOJIMA, V. L. M. S. 2010. *Retórica do design gráfico: da prática à teoria*. Coleção Pensando o Design, Marcos Braga, coordenador. São Paulo: Blucher.
- BERNARDET, J. C. 1985. *O que é cinema*. São Paulo: Brasiliense.
- BONSIEPE, G. 1997. *Design: do material ao digital*. Florianópolis: FIESC/IEL.
- COLODA, S. C.; & VIAN, I. N. 1972. *Cinema e TV no ensino*. Porto Alegre.
- DURAND, J. 1973. Retórica e Imagem Publicitária. In: METZ, Christian; DURAND, Jacques; PÉNINOU, Georges; MARIN, Louis; SCHEFER, Jean-Louis. *A análise das imagens*: 19-59. Petrópolis: Editora Vozes.
- LEITE, H. L. A. 2013. *Faces de Bergman: retórica visual aplicada à criação de cartazes cinematográficos conceituais*. Trabalho de conclusão de curso (graduação) – Departamento de Design, Universidade Federal de Pernambuco, Recife.
- MOLES, A. A. 1974. *O Cartaz*. São Paulo: Perspectiva.
- SASSER, V. 2013. *Figuras de retórica*. In: LUPTON, Ellen (org). *Intuição, ação, criação*: 82-83. São Paulo: Editora G. Gili.
- WAECHTER, H. N. 2008. *Retórica visual: Uma ferramenta criativa para o design*. In: 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2008, São Paulo.

## Sobre os autores

Hana Leite, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil <hanaluzia@gmail.com>

Hans Waechter, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil <hnwaechter@terra.com.br>