



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E
CULTURA CONTEMPORÂNEAS**

ANGIE BIONDI FIGUEIRA DE ABREU

**CONFIGURAÇÕES DO GROTESCO NO DISCURSO VISUAL DA
PUBLICIDADE**

Salvador
2007

ANGIE BIONDI FIGUEIRA DE ABREU

**CONFIGURAÇÕES DO GROTESCO NO DISCURSO VISUAL DA
PUBLICIDADE**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia para obtenção do grau de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. José Benjamim Picado Souza e Silva

Salvador
2007

Biblioteca Central Reitor Macêdo Costa - UFBA

A162 Abreu, Angie Biondi Figueira de.
Configurações do grotesco no discurso visual da publicidade / Angie Biondi Figueira de Abreu .-
2007.
164 f. : il.

Orientador : Profº Drº. José Benjamim Picado Souza e Silva.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, 2007.

1. Grotesco. 2. Grotesco na arte. 3. Publicidade. 4. Fotografia na publicidade. 5. Comunicação visual. I. Picado, José Benjamim. II. Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Comunicação.

III. Título.

CDU - 659.13

CDD - 302

À pequena Camila.

AGRADECIMENTOS

Ao meu companheiro e amigo Gustavo, por todo seu carinho e paciência.

A minha família, pelo constante apoio.

Aos meus “velhos” amigos Manuela, Isis, Messias, Cláudio, Andiará e Wladimir, pela confiança e pelas palavras sinceras em todos os momentos. A nova e, não menos importante amiga, Daniela Bracchi, pela troca de “figurinhas” de imagens publicitárias.

Aos meus companheiros de pesquisa e das tardes de terça, os “benjaminicos” André “Betonnasi”, João, Jônathas, Júlio, Gustavo e Cristiano. Agradeço também aos colegas Greice, Mário Barata, Rodrigo, Eduardo, Danilo, Sivaldo, Guilherme, Fábio e Tatiana pelas proveitosas e divertidas conversas nos bancos da escola.

A Capes, pela concessão da bolsa.

Ao meu orientador Benjamim, pela dedicação e cuidado com que me auxiliou nesta jornada.

"Uma palavra nova é como uma semente fresca que se joga no terreno da discussão. "
Wittgenstein

RESUMO

A presente dissertação tem como objetivo analisar as modalidades expressivas que o grotesco, como um motivo visual, assume na publicidade. Com o referencial teórico de base, o estudo tenta firmar o grotesco a partir de suas caracterizações em outros modos representacionais, ou seja, como se manifesta em uma espécie de sistema de imagens na literatura e na pintura, principalmente, através das perspectivas de Mikhail Bakhtin e Wolfgang Kayser. O propósito é notar que, de um lado, a expressão do grotesco na publicidade é resultante de uma série de operações ligadas aos modos de se compor a imagem, a partir do recurso a certos materiais em sua porção figurativa, plástico-icônica. E, de outro lado, compreender que uma retórica do grotesco se realiza através de certas relações que constituem a imagem enquanto uma espécie de “centro de tensões” que estabelece as condições de sua recepção. Em boa medida, trata-se de observar como os recursos próprios ao material fotográfico se articulam, não apenas como elementos de organização da imagem, mas, sobretudo, como centros de construção de sentido, próprios a um modelo de enunciação visual. Tentamos desenvolver algumas questões necessárias ao entendimento desta relação entre motivo e imagem publicitária, levando em conta os elementos de configuração e de leitura dentro de um contexto específico e que atende a certas finalidades do seu tipo de regime discursivo. Para isso, buscamos estabelecer uma espécie de esquema dos aspectos figurativos do grotesco em outros campos da arte visual, do pictórico, sobretudo, que pudesse nos oferecer indicativos desta apropriação do motivo em imagens e sua repercussão no contexto publicitário, de modo a compreender algumas implicações e desdobramentos que se colocam na relação entre grotesco, imagem e publicidade.

ABSTRACT

The present thesis has as its objective analyzes the expressive modalities that the grotesque, as a visual theme, assumes in the publicity. As theoretical respects of base, the study probe to firm the grotesque starting from their characterizations in other manners representatives, in other words, as its shows in a type of system of images in the literature and in the painting, mainly, through Mikhail Bakhtin's perspectives and Wolfgang Kayser. The purpose is to notice that, on a side, the expression of the grotesque in the publicity is resulting from a series of linked operations to the manners of composing the image, starting from the resource to material rights in its figurative portion, plastic-iconic. And, on another side, to understand that a rhetoric of the grotesque takes place through certain relationships that constitute the image while a type of "center of tensions" that establishes the conditions of its reception. In good measure, is observed as the own resources to the photographic material pronounce, doesn't just like elements of organization of the image, but, above all, as centers of sense construction, own to a model of visual enunciation. We tried to develop some necessary subjects to the understanding of this relationship between theme and advertising image, taking into account the configuration elements and of reading inside of a specific context and that its assists to certain purposes of its type of discursive regime. For that, we looked for to establish a type of outline of the figurative aspects of the grotesque in other fields of the visual art, of the pictorial, above all, that could offer indicative of this appropriation of the reason in images and its repercussion in the advertising context, in way to understand some implications and unfoldings that they are put in the relationship among grotesque, image and publicity.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1- Disponível em:<http://portal.saude.gov.br/saude/visualizar_texto.cfm?idtxt=16822>
Acesso em: 15 jan.2007. 13
- Figura 2 - BRUEGHEL, Pieter. *Os provérbios holandeses*, 1559. Óleo em painel de madeira, 117.5 x 163.5 cm. Staatliche Museu. Berlim, Alemanha. Disponível em: < <http://www.groupekuru.org/imagesautres/brueghel.jpg>>. Acesso em: 27 set. 2006. 30
- Figura 3 -BRUEGHEL, Pieter. *Gret, a louca*, 1563. Óleo sobre painel de madeira, 117.4x162cm. Museu Mayer van den Bergh. Antuérpia, Bélgica. Disponível em: <<http://breughel.8m.net/cgi-bin/i/dullegriet.jpg>>. Acesso em: 27 set. 2006. 32
- Figura 4 - GOYA, Francisco. *Saturno devorando seus filhos*, 1820-23. Pintura mural a óleo. 146 x 81,4 cm. Museu do Prado. Madrid, Espanha. Disponível em: <<http://goya.unizar.es/InfoGoya/Obra/Catalogo/Pintura/616.html>>. Acesso em: 27 set. 2006. 35
- Figura 5 -GOYA, Francisco. *O encantamento*, 1797-98. Óleo sobre tela. 41x31cm. Fundação Lazaro Galdiano. Madrid, Espanha. Disponível em: <<http://www.ibiblio.org/wm/paint/auth/goya/goya.incantation.jpg>>. Acesso em: 27 set. 2006. 37
- Figura 6 -CALLOT, Jacques. *Balli di Sfessania*, 1622.Gravura. Disponível em:< www.spamula.net/blog/i19/callot23-thumb.jpg> Acesso em: 13 jan.2007 41
- Figura 7 – Disponível em: <http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat_impresoprint.html>
Acesso em: 03 fev.2007. 42
- Figura 8 - HOGARTH, William. *A viela do gim*, 1751. Disponível em: <<http://www.library.northwestern.edu/spec/hogarth/images/1.69.jpg>>. Acesso em: 27 set. 2006. 46
- Figura 9 – NÈGRE, Charles. The gargoyle of Notre Dame, 1851. The Metropolitan Museum of Art. Disponível em:<<http://www.shareholder.com/BID/NEWSB/BID0108g.gif>> Acesso em: 20 jan.2007 71
- Figura 10 - WALKER, Evans. *Torn movie poster*, 1930. Disponível em <http://thispublicaddress.com/tPA1/images/06_2002/evans15.jpg>. Acesso em: 12 ago. 2006. 73
- Figura 11 - Disponível em <http://www.advesti.ru/images/ENEP_19030_0032457A.JPG>
Acesso em 15 de maio de 2004. 75
- Figura 12 - Disponível em <<http://www.diesel.com/successfullivingguides>>
Acesso em 23 de novembro de 2004. 77
- Figura 13 - Disponível em <<http://www.cindysherman.com/art.shhtml>>
Acesso em 18 de novembro de 2006. 79
- Figura 14 - Disponível em <<http://www.cindysherman.com/art.shhtml>>
Acesso em 18 de novembro de 2006. 79
- Figura 15 – Disponível em <www.adverbox.com/2005/11/axe.html> Acesso em 17 e agosto de 2006. 79
- Figura 16 - Disponível em <www.adverbox.com/2005/11/axe.html> Acesso em 17 e agosto de 2006. 80
- Figura 17 - Disponível em <www.adverbox.com/2005/11/axe.html> Acesso em 17 e agosto de 2006. 81
- Figura 18 – Disponível em <www.blogeko.info/media/foiegrasFR2.jpg> Acesso em 20 de maio de 2006. 84
- Figura 19 - Disponível em <www.blogeko.info/media/foiegrasFR2.jpg> Acesso em 20 de maio de 2006. 84

Figura 20 - Disponível em < http://www.tulipan.com.ar/home/index.php > Acesso em 17 de junho de 2006.	85
Figura 21 - Disponível em < http://www.tulipan.com.ar/home/index.php > Acesso em 17 de junho de 2006.	85
Figura 22 - Disponível em < http://www.tulipan.com.ar/home/index.php > Acesso em 17 de junho de 2006.	86
Figura 23 - Disponível em < www.photo.fr/portfolios/pubs/photos/aids.jpg > Acesso em 14 de agosto de 2004.	87
Figura 24 - Disponível em < http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat_impresoprint.html > Acesso em 11 de novembro de 2006.	88
Figura 25 - Disponível em < http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat_impresoprint.html > Acesso em 11 de novembro de 2006.	89
Figura 26 - Disponível em < http://www.diesel.com/sucessfullivingguides > Acesso em 23 de novembro de 2004.	90
Figura 27 - Disponível em < http://www.diesel.com/sucessfullivingguides > Acesso em 23 de novembro de 2004.	90
Figura 28 - Disponível em < http://www.diesel.com/sucessfullivingguides > Acesso em 23 de novembro de 2004.	91
Figura 29 - Disponível em < http://www.diesel.com/sucessfullivingguides > Acesso em 23 de novembro de 2004.	91
Figura 30 - Disponível em < http://www.diesel.com/sucessfullivingguides > Acesso em 23 de novembro de 2004.	92
Figura 31 - Disponível em < http://www.diesel.com/sucessfullivingguides > Acesso em 23 de novembro de 2004.	92
Figura 32 - Disponível em < http://www.diesel.com/sucessfullivingguides > Acesso em 23 de novembro de 2004.	93
Figura 33 - Disponível em < http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm > Acesso em 11 de novembro de 2006.	95
Figura 34 - Disponível em < http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm > Acesso em 11 de novembro de 2006.	95
Figura 35 - Disponível em < http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm > Acesso em 11 de novembro de 2006.	96
Figura 36 - Disponível em < http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm > Acesso em 11 de novembro de 2006.	96
Figura 37 - Disponível em < http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm > Acesso em 11 de novembro de 2006.	97
Figura 38 - Disponível em < http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm > Acesso em 11 de novembro de 2006.	97
Figura 39 - Disponível em < http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm > Acesso em 11 de novembro de 2006.	97

Figura 40 - Disponível em < http://www.ba-reps.com/artists/167/2355/nyt-cover-.jpg > Acesso em 11 de novembro de 2006.	98
Figura 41 - Disponível em < http://www.ba-reps.com/artists/167/2355/nyt-cover-.jpg > Acesso em 11 de novembro de 2006.	98
Figura 42 - Disponível em < http://www.ba-reps.com/artists/167/2355/nyt-cover-.jpg > Acesso em 11 de novembro de 2006.	99
Figura 43 - Disponível em < http://www.ba-reps.com/artists/167/2355/nyt-cover-.jpg > Acesso em 11 de novembro de 2006.	99
Figura 44 - Disponível em < http://www.diesel.com/sucessfullivingguides > Acesso em 23 de novembro de 2004.	103
Figura 45 - TINTORETTO, Jacopo Robusti. <i>A visita de Maria ao templo</i> , 1552. Pintura em tela, 429x480cm. S.M. dell’Orto, Veneza. Disponível em: < http://easyweb.easynet.co.uk/giorgio.vasari/tintoret/tintor2.jpg >. Acesso em: 14 out. 2006.	106
Figura 46 - Disponível em < http://www.diesel.com/sucessfullivingguides > Acesso em 23 de novembro de 2004.	108
Figura 47 - Disponível em < http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat_impessoprint.html > Acesso em 17 de junho de 2006.	110
Figura 48 - TERBORCH, Gerard. <i>Admoestação do pai</i> , 1654-1655. Pintura em madeira, 72x60cm. Gemäldegalerie, Berlim. Disponível em: < http://commons.wikimedia.org/wiki/Image:Gerard_ter_Borch_d._J._016.jpg >. Acesso em: 14 out. 2006.	111
Figura 49 - Disponível em < http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat_impessoprint.html > Acesso em 17 de junho de 2006.	112
Figura 50 - Disponível em < http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm > Acesso em 11 de novembro de 2006.	113
Figura 51 - Disponível em < http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm > Acesso em 11 de novembro de 2006.	114
Figura 52 - Disponível em < http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat_impessoprint.html > Acesso em 17 de junho de 2006.	116
Figura 53 – TINTORETTO, Jacopo Robusti. <i>Pieta</i> , 1559. Óleo sobre tela, 227x294cm. Galeria da Academia, Veneza. Disponível em: < http://140.112.2.84/~theatre/course/th6_520/sty_16c/painting/tintoretto-1-08m.jpg >. Acesso em: 14 out. 2006.	118
Figura 54 - Disponível em < http://image.guardian.co.uk/sys-images/Media/Pix/pictures/2003/11/12/barnardo2roach.jpg > Acesso em 11 de junho de 2006.	119
Figura 55 - Disponível em < http://www.kunstikeskus.ee/trend/pilt/igal_pool_9/benetton_food_for_life_1.JPG > Acesso em 11 de junho de 2006.	123
Figura 56 - Disponível em < http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat_impessoprint.html > Acesso em 17 de junho de 2006.	123
Figura 57 - Disponível em < http://www.texasdwi.org/jacqui.html > Acesso em 18 de outubro de 2004.	124
Figura 58 - ORLEY, Barend van. <i>Retrato de Jehan Carondelet</i> , 1542. Pintura em Madeira. 53x37cm. Munique.	125

Figura 59 - Disponível em < http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat_impresoprint.html > Acesso em 17 de junho de 2006.	127
Figura 60 - Disponível em < http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat_impresoprint.html > Acesso em 17 de junho de 2006.	128
Figura 61 - Disponível em < http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm > Acesso em 11 de novembro de 2006.	129
Figura 62 - Disponível em < http://image.guardian.co.uk/sys-images/Media/Pix/pictures/2003/11/12/barnardo2roach.jpg > Acesso em 11 de junho de 2006.	132
Figura 63 - Disponível em < http://www.smoke-free.ca/warnings/warningsimages/brazil/lung-medium.jpg > Acesso em 11 de junho de 2006.	133
Figura 64 - Disponível em < http://www.eastlothian.gov.uk/images/contentmanage/smoke-7218.JPG > Acesso em 27 de outubro de 2006.	134
Figura 65 - Disponível em:< http://portal.saude.gov.br/saude/visualizar_texto.cfm?idtxt=16822 > Acesso em: 15 jan.2007.	134
Figura 66 - Disponível em < http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm > Acesso em 11 de novembro de 2006.	135
Figura 67 - Disponível em < http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm > Acesso em 11 de novembro de 2006.	144
Figura 68 - Disponível em < http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm > Acesso em 11 de novembro de 2006.	145
Figura 69 - Disponível em < http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat_impresoprint.html > Acesso em 17 de junho de 2006.	147
Figura 70 - Disponível em < http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat_impresoprint.html > Acesso em 17 de junho de 2006.	148
Figura 71 – Disponível em:< http://www.adverbox.com/media/campaigns/2007/01/concordia1.jpg > Acesso em: 05 fev.2007.	149
Figura 72 - Disponível em < http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat_impresoprint.html > Acesso em 17 de junho de 2006.	151
Figura 73 - Disponível em < http://www.anvisa.gov.br/imagens/tabaco/tabaco_cancer_laringe.jpg > Acesso em 11 de junho de 2006.	152
Figura 74 – Disponível em:< www.adverbox.com/.../24/amnesty-international-8/ > Acesso em: 05 fev.2007.	153
Figura 75 - Disponível em:< www.adverbox.com/.../24/amnesty-international-8/ > Acesso em: 05 fev.2007.	153
Figura 76 - Disponível em:< www.adverbox.com/.../24/amnesty-international-8/ > Acesso em: 05 fev.2007.	153

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1. O GROTESCO COMO UM MOTIVO VISUAL	24
1.1 Caracterizações do motivo grotesco: do figurativo ao plástico	29
1.1.1 Goya e o elemento plástico na composição do grotesco	34
1.1.2 Observações sobre a caricatura como recurso grotesco	39
1.2 A construção de um sistema de imagens do grotesco em Bakhtin e Kayser	47
1.3 Considerações sobre o grotesco no contexto da comunicação mediática	53
1.4 Delimitando o objeto de análise	58
2. O MOTIVO GROTESCO NA PUBLICIDADE	62
2.1 Análise dos elementos internos da fotografia na formação do discurso visual do grotesco	68
2.1.1 A personificação do grotesco e sua relação com a natureza bidimensional da fotografia	68
2.1.2 A luz e a formação da ambiência plástica do grotesco	101
3. O GROTESCO E O IMAGINÁRIO DA COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
3.1 Enquadramento e espaço na formação do caráter testemunhal	121
3.2 A dimensão receptiva e o efeito de imediaticidade	139
3.2.1 O olhar de espreita	141
3.2.2 O olhar direto	150
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	156
REFERÊNCIAS	162