

## 2.1 ANÁLISE DOS ELEMENTOS INTERNOS DA FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA NA FORMAÇÃO DO DISCURSO VISUAL DO GROTESCO

Neste momento, nosso ponto de análise incide sobre o modo de funcionamento discursivo dos elementos ditos “internos” de uma imagem fotográfica. O que queremos é fazer notar a aplicação de certos elementos (ou recursos) próprios à fotografia que concorrem em uma discursividade da imagem buscando sua associação com as modalidades do grotesco. Se admitimos que a fotografia nos apresenta uma atividade organizadora, se é um “modo de construir mundos”, precisamos compreender, em uma primeira instância, de que modo ela se organiza para que repercuta no tratamento do motivo. É neste sentido que buscamos analisar a disposição de quatro elementos fotográficos: bidimensionalidade, luz, enquadramento e espaço, como os recursos principais da imagem que, em dada articulação, repercutem nas configurações do grotesco. Reconhecemos que estes elementos estão organizados em certa estrutura discursiva e informacional (que compõe o signo fotográfico) e por isso mesmo reivindica aqui um estudo mais diferenciado de certas perspectivas (sociológicas ou etnográficas) mais comumente adotadas nas análises que se valem do material fotográfico.

A partir da adoção desta perspectiva um tanto mais imanente, buscamos analisar a disposição dos recursos fotográficos em uma dimensão discursiva, tendo como base o tema do grotesco. Em outras palavras, se uma luminosidade específica instaura um sentido do grotesco através da construção de sua ambiência, um outro tipo de luminosidade mais direta, mais uniforme, nos apresenta, explicitamente, o motivo “encarnado” em suas personagens, por exemplo. De todo modo, há uma organização destes recursos que confere um tipo de configuração específica, seja pela luminosidade, pelo enquadramento, pelo espaço. Daí porque tentamos compreender o grotesco privilegiando a porção plástico-icônica dos materiais, organizada num tema visual, como um processo complementar, que afeta o plano da expressão e, por conseguinte, o sentido.

### **2.1.1 A personificação do grotesco e sua relação com a natureza bidimensional da fotografia**

Um modo pelo qual o grotesco é encontrado em imagens publicitárias é dado pela “atribuição” de qualidades, expressões ou atitudes tipicamente humanas aos seres inanimados ou irracionais. O que notamos é que há uma relação “tensa” entre os personagens (ou objetos)

e o contexto no qual eles são representados, em uma fotografia publicitária, a partir de certos componentes contrastantes. No entanto, esta “tensão” é necessária para conformar seu motivo a partir da acentuação de certas expressões dos personagens atrelada à organização das propriedades internas da fotografia. Quer dizer, um tipo de luminosidade específica, um ângulo apropriado ou uma distância adequada, além de conferir certa “dramaticidade” aos personagens, acentua ou minimiza certos aspectos que poderiam passar despercebidos, mas que são necessários para a constituição deste pequeno mundo ficcional, estreitando, em certa medida, a relação entre os limites da realidade e da representação.

No caso da personificação do grotesco ainda há uma caracterização de ordem morfológica que está em jogo aqui; o humano e o inanimado são colocados conforme esta necessária relação opositiva. Um ser inanimado parece carregar alguma expressividade de um rosto humano, por exemplo, ou ainda, um ser animado pode ser visto como se fosse um manequim, um boneco, diante do modo como sua postura foi fixada na fotografia. É este aspecto ambíguo, de dubiedade, que marca a conformação do tema visto de modo mais lúdico, expõe a brincadeira de ver um objeto *como se fosse* uma pessoa, ou vice-versa.

Em seu livro *Transforming images* (2000), Barbara Savedoff observa um aspecto que nos parece fundamental para explicar esta espécie de “jogo” na imagem; trata-se da *ambigüidade* como ponto decisivo para gerar um sentido, neste caso, do grotesco cômico ou satírico. Tendo como foco de seu estudo as modificações possíveis e “estranhas” que os objetos podem apresentar de acordo com as técnicas (simples ou elaboradas) fotográficas, para Savedoff a imagem não só resgata uma memória sobre algo, não apenas preserva, mas também apresenta um modo de ver. É neste “modo de ver”, que ela observa a fotografia a partir de sua relação com a realidade das coisas em suas modificações e ambigüidades (as quais resultam em impactos estéticos), onde faz referência a uma série de obras escultóricas e pictóricas que apresentam a relação animados/inanimados vistos sempre em uma manifestação oposta à sua natureza, onde a distinção ou a fronteira entre eles parece se “dissolver” nas imagens conforme a utilização de certos recursos fotográficos.

No caso do grotesco, algo similar nos ocorre, pois nossa atenção incide sobre o modo como o tema se estabelece a partir de uma organização estrutural da imagem, a partir de sua

modelação plástico-icônica, que põe em jogo seu próprio caráter de representação<sup>36</sup> como se fosse realidade. Na publicidade, este jogo ambíguo que caracteriza a personificação como um tipo do grotesco é usado apenas como artifício de uma programação de efeito; de uma construção ficcional posta como uma “armadilha” ao olhar. A idéia não é “enganar” o espectador, mas mostrar a ele o artifício da brincadeira, dar a ele apenas a impressão do que vê como se fosse real. Assim como em um “faz-de-conta”, a intenção da imagem publicitária não é representar o grotesco como uma visão do real, mas sim, articular o motivo grotesco com seu modo de representação, como um recurso de imagem. Por ser uma imagem de natureza publicitária não se trata de evidenciar o grotesco como um registro do real, porém colocá-lo de modo a provocar uma “impressão visual”, daí a necessidade em exaltar o caráter ambíguo, mas evidenciando seus artifícios, ressaltando, de certo modo, a artificialidade própria da sua composição. A imagem publicitária se propõe como um “faz-de-conta”, pois só funciona na medida em que se reconhecem os elementos que estão em jogo.

Para Savedoff, os artifícios deste recurso se põem por dois elementos principais; o *gesto* é evidenciado como primeiro aspecto visível desta articulação ambígua entre o que pertence ao domínio do real, do humano e o que é de ordem do material/inumano. Esta *ambigüidade gestual* compreenderia os gestos, as atitudes ou as poses que não correspondem à sua natureza, mas são fixadas como se fossem. Por exemplo, uma pessoa fotografada em uma pose típica de um manequim de vitrine ou uma boneca que parece dirigir o olhar a uma pessoa ou a um animal próximo a ela. Assim, os inanimados assumem expressões ou funções de entes humanos, ou ainda, são investidos de uma ênfase maior que os supostos humanos representados conferindo a impressão dúbia ao olhar do espectador. Ainda que seja possível observar as diferenças entre o que é representado e o que não é, a disposição do representado em certo contexto faz com que notemos uma interação entre eles.

A autora ilustra este aspecto a partir do que chama de “fotografia de representação” – como em uma foto de Charles Nègre (1851), figura 9, onde vemos a pose de um homem ao lado de

---

<sup>36</sup> Neste sentido, compartilhamos da mesma noção de realidade na imagem indicada por Jean-Marie Floch, onde qualquer imagem apresenta apenas uma relação de semelhança com a realidade do mundo exterior, pressupõe um “crédito de analogia” entre o material visual dado e as condições de um sistema de expressão e significação no interior de uma cultura. Deste modo o real nas imagens é apenas a construção de uma referência, possui um caráter reportativo apenas. Daí considerarmos o grotesco, na imagem publicitária, como resultado da produção de um efeito de sentido de realidade, como uma produção de uma “ilusão referencial”, como indica Floch. Um aprofundamento desta questão na fotografia pode ser encontrado em FLOCH, Jean-Marie. *Les formes de l'empreinte*. Périgueux: Pierre Fanlac, 1986.

uma estátua que também aparece fixada numa pose peculiar, de modo que, vistos juntos, parecem interagir.



**Figura 9:** Foto 1 – The gargoyle of Notre Dame, 1851, Charle Nègre.  
Fonte: The Metropolitan Museum of Art.

Esta mesma imagem pode nos oferecer indicativos para compreender um outro aspecto da ambigüidade em Savedoff: a *ambigüidade perceptual*, destacada pela autora, se refere à impressão que se dá aos objetos reais e inanimados como se fossem feitos do mesmo modo, como se compartilhassem da mesma natureza física de origem pelo recurso da equivalência tonal acentuado na fotografia. Feitos de pele ou de mármore, ambos são vistos do mesmo modo, indiferentemente; a distinção entre eles se obscurece e o efeito é marcado pela acentuação “confusa” gerada pela interação aparente entre o que é animado e o que é inanimado, pois a distinção entre fotografia e representação é atenuada com o jogo das cores (ou das texturas).

Um outro ponto destacável nesta ambigüidade é reconhecer que a própria bidimensionalidade da fotografia reitera esta impressão de que homem e objeto parecem um tanto indistintos. O que as cores, a textura ou um outro tipo de iluminação poderia “revelar” é atenuado aqui, pois vemos num conjunto e, aliado à bidimensionalidade, os personagens parecem compartilhar da mesma natureza inanimada (ou animada, no caso da estátua em pose). Nas imagens grotescas, este recurso consegue dar conta do efeito que resulta em um estranhamento do olhar num primeiro momento, e que é instalado tão logo somos capazes de recorrer a este

reconhecimento, pois se não “caíssemos” na armadilha proposta pela imagem, o efeito não seria gerado. Assim, uma estilística do grotesco se configura na organização de caracteres plásticos e figurativos de humanos como objetos inanimados (e vice-versa), pondo uma aparente relação de equivalência entre expressão e contexto dos personagens através da contextualização dos cenários, da caracterização dos personagens, dos gestos, das atitudes expressivas, dentre outros.

A quietude, a planificação, e, fotografias em preto e branco, a limitação dos valores monocromáticos, tudo contribui para disfarçar as diferenças entre pessoas e representações. Este disfarce pode ser auxiliado por uma cuidadosa escolha de ângulo, enquadramento e iluminação. A ambigüidade gestual pode ser realizada pela justaposição da representação com situações ou pessoas de modo semelhante, onde a representação aparece em correspondência com os arredores.<sup>37</sup> (Tradução nossa)

Além dos recursos fotográficos que conformam esta caracterização, como o tom de preto e branco, que “disfarça” aspectos de textura dos personagens deixando-os nivelados quanto à sua natureza, Savedoff acrescenta um outro ponto a este “modo de ver”; neste caso, ela inclui nossa tendência natural (ou convencional) de “antropomorfizar” objetos e coisas. Este processo de antropomorfização responde ao mesmo que denominamos aqui de personificação. Em certa medida, a justaposição entre os elementos humanos e materiais (inumanos) dialogam entre si pelo fato de serem colocados juntos, próximos em um mesmo plano, de modo que a dimensão física dos objetos fotografados, no enquadramento, permite reduzir, em um primeiro momento, o objeto para os limites da imagem fotográfica ao mesmo tempo em que amplia o objeto (ou magnifica-o) ao espaço da imagem, como é o caso desta foto de Walker Evans, *Torn Movie Poster* (1930), Figura 10.

---

<sup>37</sup> SAVEDOFF, Barbara E. *Transforming Images: how photography complicates the pictures*. Ithaca: Cornell University, 2000. p. 43.



**Figura 10** – Foto 2: *Torn Movie Poster*, 1930, Walker Evans  
 Fonte: <[http://thispublicaddress.com/tPA1/images/06\\_2002/evans15.jpg](http://thispublicaddress.com/tPA1/images/06_2002/evans15.jpg)>

Para Savedoff, esta imagem apresenta um efeito “grotesco e perturbador” quando se observa a imagem da mulher desenhada como se fosse, de fato, o rosto de uma pessoa visto em uma interação com o elemento externo justaposto ao pôster; o papel rasgado, como se fosse produzido pelas lágrimas que escorrem pelo rosto da personagem.

O efeito grotesco da fotografia do pôster de filme depende da equivalência do objeto e sua representação, da mulher e da mulher-desenho, que a fotografia permite. (SAVEDOFF, 2000, pg.51).



**Figura 10 (detalhe)**

A captura do detalhe do pôster (o rosto do casal em primeiro plano) e sua relação com o espaço do suporte, com os limites da superfície fotográfica, conferem à bidimensionalidade (ou planificação) o aspecto necessário para causar esta impressão ambígua. Podemos tomar a imagem de um desenho como se fosse a imagem do rosto de um casal humano. Além de haver certa “redução” dos objetos reais ao plano da representação, onde o espaço da imagem se funde com o espaço exterior, há também a próprio plano bidimensional da foto que entra

como recurso reforçador deste efeito de ambigüidade. Então, o que se classificaria humano por sua forma, tamanho e natureza, com a planificação (ou a bidimensionalidade) fotográfica “perde” seus atributos naturais de movimento, de profundidade, de cor e passa a ter o mesmo padrão visual de uma escultura, de um desenho, de uma representação qualquer, e é isto que constitui uma chave possível para compreendermos de que modo funciona, na imagem, um objeto ser tomado como uma pessoa e vice versa.

Vale observar também que, aliado aos aspectos plásticos, há um valor dramático e narrativo em certas peças, pois a imagem fotográfica conta com uma característica própria ao dispositivo, que é o de um recorte temporal da realidade<sup>38</sup>. Ao analisar a representação da ação na fotografia, Picado<sup>39</sup> (2005) observa que os gestos e as atitudes corporais capturados em uma foto, além de evidenciarem um sentido narrativo pela aproximação icônica a certos protocolos pictóricos (retoma-se o gesto a partir de acentos próprios àqueles convencionados pela arte pictórica) evidenciam uma relação com a natureza temporal da fotografia que confere, ao recorte da imagem, uma capacidade de propor ao espectador uma impressão de sucessão temporal. O que ocorreu antes, durante e depois daquele recorte se obtém através do que denomina de “arresto” do tempo fixado na imagem. No caso da personificação no grotesco não se trata de discutir as condições narrativas em uma fotografia, mas apenas notar que o que atribui o sentido ambíguo é identificar, em uma imagem, esta justaposição de elementos diferenciados e que foram fixados na foto.

O que é animado não se distingue do que não é, criando uma impressão de unicidade, pois passam a ser integradas como se estivessem dentro de um mesmo estatuto ontológico, compartilhando da mesma natureza. O fato de que a fotografia é uma imagem única, capturada, permite assimilar dentro de um mesmo espaço (do plano visual), elementos distintos como se fossem equivalentes, pois suas diferenças estão niveladas pelo aspecto bidimensional da fotografia. Assim, a justaposição de seres de naturezas distintas num mesmo

---

<sup>38</sup> Não subentendendo aqui um sentido discursivo submetido ao dispositivo enquanto aparato técnico, mas reconhecendo que a base da oposição animado/inanimado é firmada por mais este aspecto temporal como uma outra condição da ambigüidade fixada pela captura do instante, já que as propriedades que diferenciariam o que é animado e inanimado estão niveladas no plano da segmentação de um recorte espaço-temporal. Outras observações acerca do investimento narrativo às representações em fotografias, especialmente aquelas trabalhadas em Robert Doisneau, podem ser encontradas em SCHNEIDER, Greice e PICADO, José Benjamim. “Construção de mundos em fotografias de representações: supressão e ambigüidade em Robert Doisneau”. In: *Revista Significação*, 22/1, 2004, p.59-78.

<sup>39</sup> PICADO, José Benjamim. “Olhar testemunhal e representação da ação na fotografia”. In: *Revista E-Compós*. Agosto, 2005. Disponível em <<http://www.compos.com.br/e-compos>>. Acesso em: out.2006.

plano é um tipo de recurso estratégico do grotesco muito encontrado na publicidade, mas devemos assinalar que na fotografia publicitária o acaso não é um elemento que reitera esta impressão ambígua, pois a publicidade nitidamente constrói, posiciona, arranja seus objetos e personagens. O que na fotografia de Nègre (Figura 9) ou de Evans (Figura 10) parece ter um dado de acaso, de coincidência, que reafirma o jogo ambíguo na imagem, na publicidade este dado não ocorre, não participa do fazer fotográfico. Vejamos esta imagem.



**Figura 11** - Peça 3

Fonte:<[http://www.advesti.ru/images/ENEP\\_19030\\_0032457A.JPG](http://www.advesti.ru/images/ENEP_19030_0032457A.JPG)>

Esta peça da Sisley (uma marca de roupa feminina), da Figura 11, traz uma imagem que funciona neste mesmo modo opositivo que vimos observando. A interação entre a boneca e a mulher, na imagem, é dada através da posição paralela de uma à outra, como se a boneca estivesse logo atrás das pernas da mulher, que esboça um passo. A oposição fica ainda mais marcada quando vemos os olhos da boneca, que parecem olhar atentamente em direção à mulher (e que parece se despir), a qual não vemos por inteiro. Nós olhamos um objeto inanimado “vendo” um ser animado que não é exibido (nem por inteiro e nem para nós) e, segundo sua posição na imagem (de lado para nós e de costas para a boneca), não parece saber o que acontece, mas é alvo do olhar de uma boneca. Nosso olhar é “fiscado” na direção dos olhos de uma boneca que vê, como se fosse possível ser flagrada em sua atitude. Neste caso, nosso olhar a personifica de acordo com o posicionamento da boneca no local da cena. Na verdade, é o olhar da boneca que parece instaurar a direção da leitura desta imagem, da direita para a esquerda, dela para a mulher à sua frente e de nós (espaço exterior) para ela (boneca) dentro da imagem.

Outro ponto que marca a oposição entre elas parte da diferença entre a dimensão magnificada das pernas da mulher em relação ao tamanho desproporcionalmente menor da boneca. Assim também outros elementos adjacentes reiteram os contrastes. A indumentária de uma e de outra define certa oposição; enquanto a boneca está vestida com um traje mais requintado, mais luxuoso, em um estilo mais antigo e recatado, a mulher usa uma minissaia, sandálias de salto alto e uma pequena bolsa preta na mão que apóia a cintura, compondo um estilo mais despojado, “moderno” e sensual. Porém, o elemento mais destoante da imagem parece ser mesmo a presença da mulher, uma vez que o cenário exhibe certos elementos que transparecem um estilo de época que interage muito mais com a boneca. Podemos constatar um piso decorado, um tapete, a parede do local é dividida entre o que nos parece mármore com frisos dourados e uma parte superior branca, duas peças ornamentadas de tapeçaria presas à parede, um aparador de madeira com motivo entalhado e com um objeto (que parece de porcelana) em cima, e, por fim, a metade de uma cadeira dourada com forro de assento azul. Tudo no ambiente remete a um estilo antigo, luxuoso e sofisticado.

A luminosidade assume uma dimensão igualmente peculiar ressaltando os aspectos plásticos dos objetos de cena; ela destaca o brilho do tecido acetinado das vestes da boneca, a intensidade dos cabelos muito loiros da peruca, o detalhe dourado da cadeira, uma sensação de maciez do forro azul de veludo, mas também destaca a forma das pernas alongadas da mulher delineando seus músculos em uma pequena contração de um passo. Em um conjunto e, diante da distância da personagem, uma primeira visada poderia nos levar a inferir a presença de uma menina (ou de uma anã), mas a luz não reflete um brilho ou uma umidade típica dos olhos humanos. Seu tamanho é muito desproporcional e a forma como a boneca posiciona suas mãos também é outro aspecto indexador de sua natureza inanimada, tipicamente de uma manequim de vitrine, enfim, quando atentamos para os detalhes, as diferenciações se destacam com mais ênfase.

De todo modo, a personificação ainda é dada por uma atitude do olhar, deve-se a um modo de ver. Ainda que a bidimensionalidade consiga instaurar seu efeito ambíguo, que personifique o inanimado em animado, ou que unifique suas diferenças, tudo depende de um modo de ver, da nossa atitude de olhar, aliás, ressaltado por Savedoff e comentado no início deste item. A idéia consiste em fazer o espectador participar de certo clima lúdico, como num “faz-de-conta”.



**Figura 12** – Peça 4

Fonte:< <http://www.diesel.com/successfullivingguides>>

Esta peça da Diesel Jeans (figura 12) também traz aspectos muito semelhantes à imagem anterior. Ela dispõe da diferença marcada pela dimensão que um objeto assume em relação ao outro; aqui, o elemento humano (o homem) é visto por nós de costas, mas de frente para os objetos, que parecem bibelôs de porcelana, e que o vêem. Todos os bibelôs; onças, tigres, cachorros, palhaços, soldados, todos eles parecem expressar um olhar de baixo para cima, vulnerável, de solicitação emotiva para com o homem a sua frente. Este, por sua vez, carrega na mão direita um grande martelo e seus músculos dos braços contraídos parecem em uma iminência de “avançar” sobre os bibelôs para destruí-los. Um dos palhaços visto na lateral esquerda, logo abaixo da mão fechada do homem, parece estender as mãos espalmadas num pedido de “auxílio” ou “piedade”. Parte dos desenhos que podemos ver na parede do cenário também parece dialogar com o restante dos objetos, há um rosto que parece olhar para o homem como se fosse uma testemunha do que está prestes a acontecer. E, mais uma vez, a luminosidade parece incidir sobre a superfície dos objetos revelando a natureza de seus materiais, mas destaca também um brilho característico dos bibelôs de porcelana, o que parece reiterar sua condição de “vítimas”, frágeis, dadas as expressões emocionais que parecem ter.

Faz parte do jogo irônico da peça marcar bem esta oposição entre o que os objetos são e como eles são vistos, ao mesmo tempo em que estabelece a interação entre o homem e os objetos pela proximidade que lhe é dada, pois estão colocados em uma situação que os integram. Além disso, há a presença das calças sem corpos na parte inferior da peça. Como se trata de

uma peça publicitária, a luz também serve para destacar seu produto, aqui, a calça do homem, posicionada bem a nossa frente no primeiro plano, é esta “isca” que parece desfazer a “tensão” da cena, que desarma o jogo irônico e provocativo da peça, quando relacionamos o produto e o que o texto da peça traz; o destaque para os bolsos e seus diferentes tipos funcionais para guardar o que quer que seja.

Para Savedoff, o efeito (satírico) do grotesco que se obtém nas imagens fotográficas é proveniente desta atribuição de caracteres plásticos e expressivos de humanos aos objetos inanimados que se realçam e se evidenciam pela capacidade bidimensional da fotografia, e que põe uma relação de equivalência entre expressão e contexto das personagens. Em muitos casos, esta planificação ressalta e se corresponde com outras características do objeto fotografado, como por exemplo, seu aspecto de imobilidade. Em certas fotos de esculturas, é sua estaticidade que permite um traço assustador de animação. Mas “porque a equivalência da escultura e de uma pessoa deveria ser mais evidenciada na fotografia, onde ambas são feitas planas?” (SAVEDOFF, 2000, pg.65).

Savedoff comenta que a chave analítica é a compreensão da animação de esculturas; em ambos, a animação pelo movimento tomado como iminente é dado pela fixidez da fotografia, pela falta de cor, em certos casos, e pela nossa tendência de antropomorfizar objetos selecionados pela nossa atenção. Na fotografia, o que é animado nos impressiona por sua estaticidade; na fotografia, coisas e pessoas são vistas sem movimento e, mesmo quando um movimento é sugerido, uma outra equivalência entre animado e inanimado pode ser criada, como pode ser feita pela disposição de inanimados em um modo de interação com o contexto ou ambiente no qual se apresenta ou mesmo pela atribuição de expressões fisionômicas dada aos inanimados, como vimos nas figuras 13 e 14.

Este recurso também foi empregado em algumas das fotografias de Cindy Sherman, por exemplo, onde ela consegue dispor de bonecos como se fossem pessoas em certas poses eróticas ou como cadáveres “humanos”, vítimas de desastres. Neste caso, as poses são mais contrastantes que as expressões, até porque a falta de expressão de um rosto (típica dos bonecos) combinada a certas poses (próprias de uma pessoa) é que estabelece a tensão na imagem, ou seja, explicitam a relação contrastante entre o que há de natural em um ser animado e o que há de artificial em um ser inanimado, mas vistos numa ordem inversa.



**Figura 13:** Foto 3 – Sex Pictures, 1992, Cindy Sherman. **Figura 14:** Foto 4 – Disaster, 1987, C. Sherman  
 Fonte: <<http://www.cindysherman.com/art.shmhtml>>

Algo similar a este ensaio, no entanto, foi feito na campanha publicitária de um anunciante de desodorante masculino. Bonecas do mesmo tipo foram colocadas em certos ambientes e com certos trejeitos ou poses que favoreciam o modo próprio pelo qual deveriam ser vistas a ponto de nos parecer mulheres em tais circunstâncias:



**Figura 15:** Peça 5  
 Fonte: <[www.adverbox.com/2005/11/axe.html](http://www.adverbox.com/2005/11/axe.html)>



**Figura 16:** Peça 6

Fonte: <[www.adverbox.com/2005/11/axe.html](http://www.adverbox.com/2005/11/axe.html)>

Nas figuras 15 e 16 podemos reconhecer uma boneca inflável de material plástico ou de borracha como a personagem central das imagens. A primeira parece estar em um beco ou em um canto de uma rua recolhendo algo num balde de lixo ao seu lado e conduz um carrinho de feira (ou de supermercado) cheio de apetrechos que não estão muito nítidos a nossa vista, provavelmente coisas coletadas de outros lixos. Ambas as bonecas estão despidas, a primeira tem apenas um pano em volta de sua cabeça e a da figura 16 tem um pano azulado que cobre da cintura às pernas. Dadas certas características que portam, o formato de seios, a boca aberta, logo nos faz identificar a boneca como um artigo de *sex shops*. A ambiência noturna, a baixa luminosidade, o aspecto sujo e sombrio do local, tanto numa como noutra peça ficam evidentes.

Há certa sobriedade de cores nas imagens, que favorece uma aparência lúgubre, onde as personagens são vistas mais por uma espécie de penumbra, um ver entre sombras e frestas de luz, que de uma incidência global da luz na imagem. Na personagem da figura 16 algumas sombras de grades se projetam no pano em suas pernas. Ambas parecem “desoladas”, colocadas numa condição solitária de pobreza e mendicância. Uma parece “catar” coisas no lixo, a outra “toca” violão no chão da rua em troca de algumas moedas em sua cuia. Ora, sabemos que somente pessoas poderiam se encontrar em tais estados como os aqui representados. Estas bonecas são vistas como se fossem mulheres que foram deixadas numa condição desoladora, na sarjeta. Não só em certa condição econômica, financeira, mas como

produto descartável que são: bonecas com finalidades sexuais vistas em sua materialidade física de objeto, mas que estão em posição de analogia com mulheres “de verdade”.

Esta personificação (da boneca inanimada por uma mulher) fica ainda mais explícita quando nos detemos no ponto central da ligação entre tema e produto. O desodorante masculino Axe é o responsável por esta situação: as personagens demonstram as conseqüências que o uso do produto pode causar, o que é reafirmado através de seu slogan - “o efeito Axe”. Naturalmente sabemos que se trata de certo exagero à relação consecutiva entre produto e seu uso, uma estratégia publicitária com recurso retórico:



**Figura 17:** Peça 7

Fonte: <[www.adverbox.com/2005/11/axe.html](http://www.adverbox.com/2005/11/axe.html)>

Aqui, na figura 17, a relação comparativa é ainda mais nítida, há uma evidente contraposição irônica entre um homem idoso (mendigo ou morador de rua), que aquece as mãos em uma lata de lixo (provavelmente com papéis queimando dentro) e a boneca. Ambos estão em pé, um ao lado do outro, na mesma posição de direcionar as mãos acima da lata. O posicionamento paralelo dos personagens favorece um olhar ainda mais apurado que distingue bem as diferenças formais entre o homem e a boneca; a cor da pele e o brilho do corpo de plástico, a expressão facial do homem e a rigidez inanimada da boneca, enfim. Em nenhum momento o espectador é instado a ver uma mulher de verdade no lugar da boneca, o objeto foi usado em sua própria condição material, não foi disfarçado para poder “enganar” o espectador, mas sua utilização proposital visa mais a uma ambigüidade, tomar uma como se fosse outra, e não uma pela outra. Quer dizer, propõe funcionar como um “faz-de-conta” e por isso o objeto permanece enquanto tal, a brincadeira só funciona na medida em que se reconhecem os elementos que estão em jogo:

[...] os objetos que subitamente ‘ganham vida’ através do processo fotográfico, são originalmente estáticos, dotados de um certo volume, tridimensionais. A ambigüidade, nesses casos, é construída principalmente a partir da supressão de movimento (o que distingue, na vida real, esse objetos dos animados) e da justaposição com situações que sugerem uma interação entre o mundo real e o mundo da representação.<sup>40</sup>

Esta mesma estratégia é usada pela fotografia publicitária, mas em uma referência ao sentido do grotesco. O plano fotográfico condensa elementos de naturezas distintas no mesmo nível e esta composição faz com que os elementos estejam todos integrados por uma dada proximidade dos fotografados em situações inusitadas (a própria bidimensionalidade da fotografia reitera isso) e, em certa medida, confere também um valor narrativo à imagem em um sentido cômico ou mesmo irônico. Tanto quanto nas outras imagens, os personagens parecem interagir com o contexto onde estão imersos; uma catadora de lixo num beco, uma pedinte na rua, uma desabrigada em um local de refúgio qualquer. As características das personagens se adaptam aos locais e ao modo como estão dispostas oferecendo uma cena, um pequeno e breve “mundo” ficcional é formado aqui.

Outras oposições são marcadas na imagem pelos detalhes nos quais o homem está com uma roupa escura contra uma parede ou um fundo claro (no qual projeta sua sombra), a boneca despida com uma tonalidade clara da “pele” sobre um fundo escuro. Estas características quando vistas em um paralelo reiteram o sentido opositivo “global” da imagem. Eles também dividem o mesmo espaço, mas parecem alheios um ao outro, pois enquanto o homem lança um olhar um tanto “vago” para a lata a sua frente e sequer se dá conta da presença de uma boneca (ou de uma pessoa que fosse) ao seu lado. Se pudermos observar a boneca como uma pessoa, seu olhar também parece numa outra direção, em um nível mais superior que a posição da lata. Estes dois personagens pertencem ao mesmo espaço de cena apenas, porém não se encontram entre si, há um distanciamento visível entre eles. E, ao mesmo tempo uma “união”, não só por ocuparem um mesmo espaço, mas também por ambos estarem num estado de fixidez, estáticos; a boneca, por sua própria natureza, e o homem por sua pose “congelada” na fotografia, onde foi elidido seu movimento.

De todo modo, faz parte do jogo irônico das peças marcar bem esta oposição entre o que os objetos são e como eles são vistos, ao mesmo tempo em que estabelece a interação entre os objetos e os ambientes nos quais estão colocadas, em uma “situação” que os integra. Como se

---

<sup>40</sup> SCHNEIDER, Greice. “O olhar oblíquo”. Salvador, 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, 2005. p.104

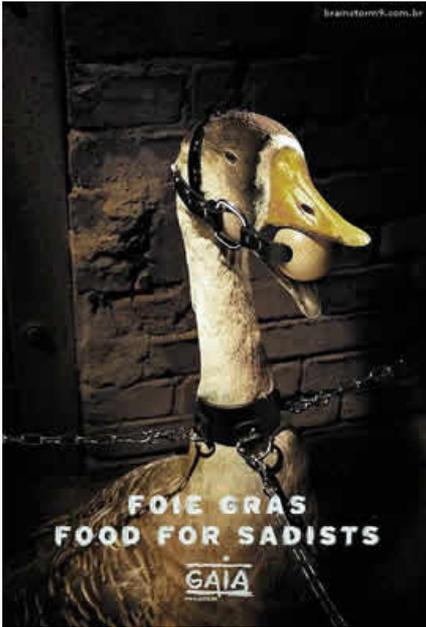
trata de peças publicitárias, o produto ou a marca advém logo abaixo, no canto inferior das imagens, relacionando o anunciante e o que os textos trazem.

Um outro aspecto da ambigüidade é a redução das diferenças entre representação e objeto físico pelo recurso da equivalência tonal, o preto e branco, as granulações, a luminosidade, etc., que ocultam desvios ou divergências aparentes que as características naturais/reais podem realçar; tanto o que é carne quanto o que é mármore se equivalem. Esta indiferenciação dos materiais, humanos ou inanimados, oculta os traços e aparecem menos na planificação fotográfica. Tais recursos fotográficos podem ser tomados como condicionantes da ambigüidade; no entanto, alguns destes recursos também podem ser vistos na pintura; contudo, nem sempre obtém o mesmo efeito e isto ocorre por que vimos uma associação imediata com sua qualidade de ser construção; seus equivalentes são produções dos artistas, suas construções não são apartadas facilmente deste seu aspecto, e sim, vistas como ficções imaginativas de imediato. A diferença reside, portanto, em um modo de ler fotografias e pinturas, ou seja, por convenção perceptiva<sup>41</sup>. “Por conta de sua natureza mecânica de produção, a fotografia parece ter uma conexão especial com a realidade e uma independência das intenções do fotógrafo” (SAVEDOFF, 2000, pg. 84).

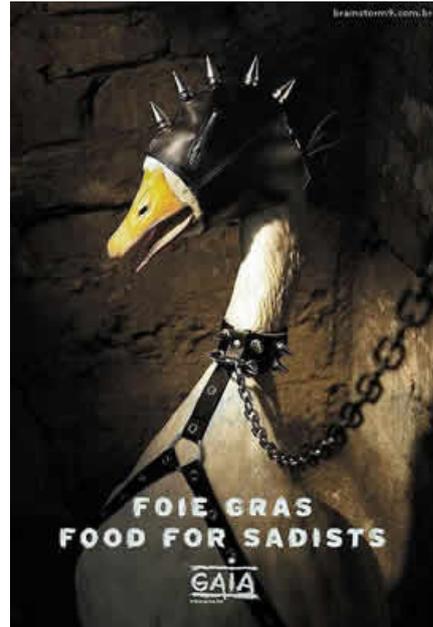
Nas peças publicitárias que se valem de fotografias (manipuladas ou não) a ambigüidade se instala quase que instantaneamente porque temos consciência de que, de algum modo, se trata de um fragmento do real. Só depois começamos a questionar aspectos de manipulação na imagem; mas à primeira vista ela nos impressiona por ser fotografia. Olhar para bonecas como mulheres ou para um cão como um brinquedo é o que nos faz personificá-los instantaneamente, apenas numa visão mais detida dos aspectos constituintes na imagem, notamos suas diferenciações, ou seja, desvelamos seu jogo.

---

<sup>41</sup> Contudo, outra observação nesta relação com as convenções perceptivas é o uso que se faz da imagem fotográfica. De todo modo, sabemos que a fotografia é um “recorte” do real, ainda que seja um constructo; na pintura, internalizamos, assimilamos a imagem conscientes da licença artística da criação. Daí observar as obras de Magritte, por exemplo, como representações fantasiosas, onde o efeito de ambigüidade é minimizado. Na fotografia, ainda que vejamos a imagem de um desenho ou de uma pintura, a impressão ou o efeito da ambigüidade poderá ser causado porque a tomamos como fragmento de uma realidade; desde que associada aos aspectos que permitam sua classificação ambígua, resguardada a relação objeto e contexto a partir de um apagamento dos limites entre realidade e objeto ficcional que permite o efeito da ambigüidade.



**Figura 18 :** Peça 8



**Figura 19:** Peça 9

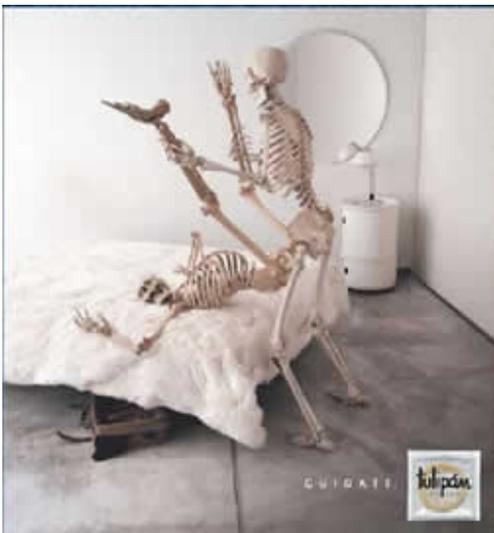
Fonte: [www.blogeko.info/media/foiegrasFR2.jpg](http://www.blogeko.info/media/foiegrasFR2.jpg)

Nessas outras peças (Figuras 18 e 19), a personificação se explicita a partir da colocação de apetrechos sadomasoquistas em gansos, como se houvesse algum tipo de implicação entre uma preferência sexual ligada ao desejo e a prática sexual instintiva própria aos animais. Os gansos estão presos com correntes e faixas de couro pretas num local sombrio, escuro, do qual só podemos ver uma parte do fundo da parede de tijolos e cimento, bem rudimentar, como se fosse um porão ou algum lugar subterrâneo. O animal à esquerda (Figura 18) tem uma mordaca presa em seu bico e o ganso à direita (Figura 19) tem uma venda de couro preta com pontas de metal presa em seus olhos.

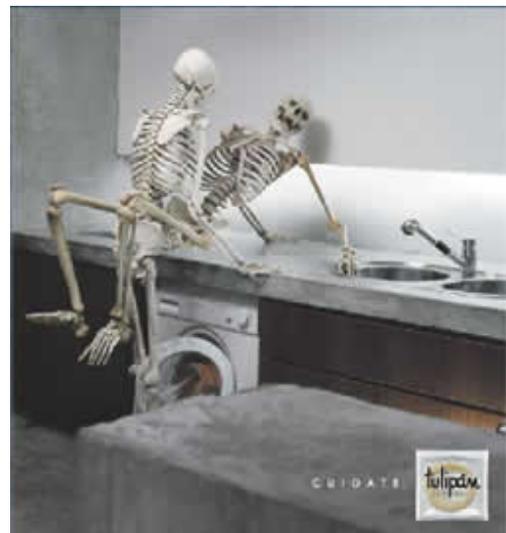
Os objetos que cobrem bico e olhos são usados nas práticas sexuais sadomasoquistas onde o “sujeito” submete-se ao jogo de não falar ou não ver proposto pelo outro parceiro. Esta privação de uma das “capacidades” do sujeito reitera o poder dominante que um tem pelo outro numa relação sexual deste tipo, condicionando a vulnerabilidade de um à autoridade violenta e prazerosa do outro, mas que, de um modo geral, esta prática é consentida ou preferível por ambos. No caso da peça, a relação irônica reside em indicar o procedimento “sádico” da produção do *foie gras*, onde o animal é super alimentado ao ponto da exaustão (e hipertrofia) do fígado. A oposição na imagem reside na suposta “atitude” dos animais como se estivessem “dispostos” a “consentir” com a provocação sádica, pois eles parecem assumir o próprio local de pessoas que aceitam o sadomasoquismo. Em um deles (na Figura 18) o olhar do animal se dirige à câmera, pode-se dizer, ao espectador, os animais são fotografados em

uma aparência “dócil”, de aceitação, não hostil para com os objetos que lhes aprisionam, pois em nenhum momento estão agitados, batendo ou abrindo as asas ou em qualquer outro movimento brusco.

Um outro aspecto relevante é a proximidade que os personagens assumem na imagem. Aqui os animais são retratados, são destacados em sua posição e atitude de espera e de disponibilidade para o outro, para aquele que os olha; os animais posam para a fotografia. Assim também é perceptível que a posição do fotógrafo (tomado pelo olhar do espectador) é levemente superior aos animais, e, este aspecto pode assumir também seu caráter de submissão, pois o olhar do outro é direcionado a eles num nível de superioridade.



**Figura 20:** Peça 10



**Figura 21:** Peça 11

Fonte: < <http://www.tulipan.com.ar/home/index.php> >

Já as imagens da campanha de preservativos Tulipán, (Figuras 20 e 21) assumem a mesma tensão opositiva própria à personificação vista até aqui. Os “casais” de esqueletos que as peças utilizam intercalam riso e certa perplexidade, um “riso nervoso” como denomina Muniz Sodré<sup>42</sup>, pela provocação em um limite do cômico. Os esqueletos são apresentados em posições sexuais e, mais uma vez, o enquadramento e a distância envolvem os aspectos principais que compõem a imagem em um modo específico de posicionar o olhar do espectador. A impressão é a de que estão sendo flagrados em seu ato íntimo, como se não tivessem consciência de que são vistos, pois estariam imersos num momento próprio, íntimo de um casal.

<sup>42</sup> SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. *O império do grotesco*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002. p.56.



**Figura 22:** Peça 12

Fonte:< <http://www.tulipan.com.ar/home/index.php>>

A distância que os personagens são apresentados em relação ao olhar do espectador é imprescindível nesta composição. O espectador está próximo o bastante apenas para ver, seu olhar se constitui no espaço de cena sem ser notado pelos casais, como se constituísse um flagrante, uma “espiada” às ocultas. Apenas na figura 21, a cabeça do esqueleto parece estar voltada para o lado onde supomos estar a câmera ou o olhar do espectador.

De todo modo, os recursos se dirigem todos ao destaque dos personagens em sua ação, a ambiência que se propõe como espaços “frios” (ainda que pareçam locais domésticos; um quarto, uma lavanderia, uma sala) dada a predominância de um tom cinza pétreo, a economia cromática, um fundo neutro, a luminosidade intensa e que se mistura à cor do ambiente, quase uma extensão dele; tudo faz convergir a atenção para as cenas inusitadas protagonizadas por esqueletos que fazem sexo. Facilmente relacionamos o esqueleto como figura simbólica da morte e também o sexo como figura simbólica da vida. Um elemento morto dotado de vida ou o mesmo efeito teria um elemento de vida considerado em um morto. Aliás, nos parece que esta última implicação é a mais enfatizada pela imagem, pois o jogo de “encaixe” se completa quando observamos a proximidade entre AIDS/morte e sexo/vida. Mas a morte como propriedade, neste caso, consequência, da AIDS, também se reveste de certa ironia na peça, que se dá para a programação de um hábito ou de um comportamento social “conduzido” pela publicidade. Quem pratica sexo sem preservativo estaria fadado à condição de um morto, de uma simples caveira, sem vida, sem identidade, sem individualidade. Talvez isso reitere a

condição do sexo apresentado em uma ambiência absolutamente fria, um tanto distinta do modo como o sexo é tratado, com toda sua lascívia e qualidade passional típica dos desejos carnavais e retratados com o predomínio de “cores quentes” e um ambiente mais recluso, mais íntimo; pelo menos esta é a forma mais reconhecidamente explorada do tema pela publicidade.

No entanto, não podemos deixar de notar uma relação estrutural que perpassa as peças neste tipo de categoria do grotesco - o efeito cômico, e por vezes irônico, obtido nestas imagens encontra-se marcado pela justaposição de elementos aparentemente díspares. A oposição destes elementos contrastantes, quando colocados em uma relação próxima, provoca uma ruptura de sentido, pois “quebram” a expectativa do que seria natural encontrarmos. Em seu texto “A historietta cômica” (1973)<sup>43</sup>, Violette Morin denomina tais aspectos de “elementos disjuntivos” e, embora sua análise incida sobre a produção do efeito cômico em histórias em quadrinhos e cartuns, consideramos adequado absorver esta noção apenas por observar um caráter provocativo que a justaposição de elementos díspares causa no modo pelo qual vimos tratando o motivo. Seja pela ironia, seja pela comicidade, a personificação no grotesco está muito relacionada por esta idéia de uma “oposição semântica” dos elementos. Tanto mais inusitada, tanto mais inesperada a combinação, mais tensa é esta justaposição e, por conseguinte, seu efeito mais pungente.



**Figura 23:** Peça 13

Fonte:< [www.photo.fr/portfolios/pubs/photos/aids.jpg](http://www.photo.fr/portfolios/pubs/photos/aids.jpg)>

<sup>43</sup> MORIN, Violette. “A Historietta Cômica”. In: *Análise estrutural da narrativa*. (Seleção de ensaios da revista Communications). Petrópolis: Vozes, 1973.

Outra configuração temática semelhante se apresenta nessa outra peça da campanha de luta contra AIDS (Figura 23). A diferença é que há de fato uma personagem humana, uma mulher em uma posição sexual com um esqueleto. A oposição está baseada entre as naturezas distintas dos dois personagens, um vivo com um morto: a utilização de um esqueleto como símbolo qualificado da morte numa posição sexual com uma mulher dotada de vida. O que atribui certa peculiaridade a esta peça é a inserção de um pequeno texto e de um título “*Aids it’s a dead subject*”, mas *subject*, em inglês, pode ser traduzido tanto como sujeito ou como tema, motivo, tópico, deixando assim, a complementação do sentido afirmativo por uma referência ou outra a cargo do espectador/leitor.

Nas imagens seguintes, o grotesco é visto de um modo um tanto diferenciado do que vimos até aqui, pois observamos que a personificação se deu através da justaposição de objetos cujos trejeitos e poses pareciam indicar animação ao inanimado, sem qualquer outra intervenção figurativa nos personagens. Nas imagens seguintes (Figuras 24 e 25) os animais são vistos como objetos, pois exibem partes do seu corpo feitos de material plástico.



**Figura 24:** Peça 14

Fonte:< [http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat\\_impresprint.html](http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat_impresprint.html)>

Na imagem da figura 24, vemos um animal deitado sobre um pequeno colchão em meio a outros objetos espalhados no local: uma meia, um carrinho de brinquedo, a cabeça de uma boneca, cadeiras mais ao fundo, além de outros objetos que não conseguimos distinguir muito bem, dada a falta de nitidez em algumas porções da imagem, seja pela proximidade, seja pela

distância. De todo modo, o que nos detém o olhar está situado no centro da imagem; um cachorro sem uma de suas patas traseiras. Ao invés de um dos seus membros vemos uma cavidade mais escurecida na parte de dentro, dando a impressão de que é oca; de fato, como um brinquedo, caso contrário, veríamos osso, parte do músculo ou qualquer outro elemento de constituição orgânica. Assim também a cor desta cavidade é semelhante a dos materiais plásticos de brinquedos deixando a impressão de que a pata do animal é um membro móvel, articulável. Logo à frente do animal, vemos a parte deste encaixe: a pata deslocada, estendida no chão, como um outro corpo inerte.

O aspecto grotesco da imagem implica em uma espécie de jogo de inversões, de caráter predominantemente irônico, e que consiste em apresentar a cena em seu caráter do inusitado. Somos instados a ver um cão como se fosse um dos brinquedos ali dispostos; no entanto, o cão se mostra como um ser vivo e que nos fita, como se pudesse nos indicar um suposto estado de consciência sobre alguém que o observa em sua condição de “padecimento”.



**Figura 25:** Peça 15

Fonte: [http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat\\_impresoprint.html](http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat_impresoprint.html)>

Assim também o caráter ambíguo das situações onde vemos os animais tanto na figura 24 quanto na figura 25 é explicitado em seu aspecto de excepcionalidade pelo modo como a imagem toda evoca certo ar de familiaridade. A disposição dos objetos espalhados num canto qualquer em um “quartinho do fundo” de uma casa, onde costumeiramente se deixam objetos que não têm mais utilidade ou interesse e indicaria a evocação de certa trivialidade não fosse a

presença de um animal “esquartejado”. Do mesmo modo, na Figura 25 vemos um animal jogado na rua junto com outros restos de brinquedos e coisas. Na barriga do cão notamos uma peça que nos parece o local de encaixe das baterias, que faz certos brinquedos funcionarem. Nestas duas peças da campanha, identificar a ambigüidade gestual ou perceptiva parece complicado, pois a intenção de atribuir as duas naturezas (animada e inanimada) de uma só vez aos personagens é dada de modo bastante confuso. Na Figura 25 até podemos ver um cão como um brinquedo porque ele parece morto, dormindo ou quebrado, mas na Figura 24 há o detalhe da perna de encaixe de um cão que está vivo e olha para a câmera, apela ao nosso olhar. Neste caso, a personificação fica entre a fixação da pose e a interação com os outros objetos ao redor, criando uma “situação”.



**Figura 26:** Peça 16



**Figura 27:** Peça 17

Fonte: < <http://www.diesel.com/successfullivingguides> >

Estas outras peças de campanha da marca Diesel também instauram esta mesma atribuição de naturezas distintas ao mesmo tempo. Elas parecem jogar com um sentido muito ambíguo que deixa dúvidas quanto ao reconhecimento de uma pessoa humana com uma cabeça de boneco ou de um boneco como se fosse um humano. Esta dubiedade fica muito marcada entre a completa falta de expressão na face das personagens, seu caráter “gélido” (indiferente e inanimado) combinado aos corpos que são colocados em determinadas posições como manequins “estilizados”. As personagens parecem que utilizam uma espécie de máscara plástica, como se tivesse uma tez muito clara e sem qualquer marca de expressão típica de um rosto humano (com saliências, marcas de acne, pêlos, rugas, entre outros).

Estes personagens posam na imagem de modo muito destoante das posturas de manequins, na verdade eles parecem encenar ou demonstrar, para o espectador, certas atitudes ou hábitos que os deixaram com tal aparência.



**Figura 28:** Peça 18



**Figura 29:** Peça 19

Fonte: <<http://www.diesel.com/successfullivingguides>>

Quando observamos os pequenos textos colocados na peça constatamos esta impressão: suas poses estão colocadas com uma finalidade demonstrativa para que sejam vistos de um modo específico. A campanha sugere “receitas” para uma vida mais longa e cada peça compõe uma parte deste receituário da *successful living* ao modo da Diesel, que dispõe de pequenos textos que complementam seu sentido irônico: “Não se mexa”, “inale oxigênio”, “acupuntura”, “yoga”, “não tenha sexo”, “clone-se”, “beba urina”. Ao final dos textos, a peça nomeia cada um dos personagens e indica seu ano de nascimento, todos do século XIX. Mas há outros indicativos que reiteram esta impressão dúbia de pessoas ou bonecos, além da plasticidade de suas faces destituídas de qualquer expressão - os personagens têm cabelo com aparência de uma peruca, muito “armados”, seus olhos parecem vitrificados e sem a expressão de um olhar, a estaticidade que assumem em suas expressões são reiteradas por suas poses coordenadas, destacando mais uma vez o estado da imobilidade que personifica, reforçado pela bidimensionalidade da fotografia.

É curioso observar que esta utilização das máscaras faz parte de uma *imagerie* grotesca salientada por Bakhtin. Ao destacar as diferenciações de determinados aspectos grotescos no realismo da cultura popular e no romantismo, o autor salienta que a máscara era uma particularidade do grotesco vista como atribuição alegre das alternâncias da identidade na primeira fase (do realismo), mas que teve seu sentido de representação totalmente “negativo” na fase romântica, usada, então, para dissimular, enganar, esconder, e por isso perdeu o valor

jocosos do realismo. Nestas peças, a máscara se aproxima mais do sentido romântico, subtraindo a individualidade e a ânima de seus personagens.

No Romantismo, a máscara perde quase completamente seu aspecto regenerador e renovador, e adquire um tom lúgubre. Muitas vezes ela dissimula um vazio horroroso, o ‘nada’. Pelo contrário, no grotesco popular, a máscara recobre a natureza inesgotável da vida e seus múltiplos rostos.<sup>44</sup>

Do mesmo modo Kayser se refere às máscaras como um elemento visual do grotesco porque exprime a estranheza da junção entre matéria inanimada ao corpo humano. Para ele há um efeito sinistro na especial troca de naturezas, onde “o elemento mecânico se faz estranho ao ganhar vida; o elemento humano, ao perder vida”. (KAYSER, 2003, p.158)

No entanto, a ambigüidade se acentua em outros pequenos detalhes dos corpos de alguns deles: vemos uma saliência óssea nas mãos (Figuras 27 e 28) ou na altura do pescoço (Figuras 30 e 31), uma pequena sombra que destaca uma contração muscular da coxa (Figura 32) ou da axila (Figura 28). O modo de caracterização destes personagens foi criado para esconder, apagar ou disfarçar qualquer traço de humanidade nos personagens, apenas estes pequenos detalhes nos deixam entrever uma “pista” característica de um ser humano. Mas esta intenção de apagar o máximo de evidências possível de um ser humano e apresentar um boneco a qualquer custo neste jogo de ambigüidade se estabelece juntamente com outras articulações próprias à composição fotográfica.



**Figura 30:** Peça 20



**Figura 31:** Peça 21

Fonte:< <http://www.diesel.com/successfullivingguides>>

<sup>44</sup> BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na idade média e no renascimento* - o contexto de François Rabelais. Universidade de Brasília: Hucitec, 1999.p.35



**Figura 32:** Peça 22

Fonte:< <http://www.diesel.com/successfullivingguides>>

O sentido de estaticidade reiterado pelo plano fotográfico que elide o movimento, nos propõe uma impressão confusa de ser humano numa pose, a iluminação que se prolonga na “pele” plástica dos personagens e exibe certa unidade cromática, como se o ambiente se replicasse nos corpos ou vice-versa, a proximidade com a qual os personagens são destacados na imagem, são retratados e dispostos para serem vistos, contemplados em sua condição quase “etérea”, de aparência perfeitamente plástica, sem tempo. Isto faz com que seja demarcada uma unidade muito clara entre “o que se diz e o que se mostra”, onde os próprios textos deixam entrever o tom irônico que assume a campanha, vista em um todo.

\*\*\*

Observar a personificação como um tipo de categoria do grotesco requer que avancemos um pouco mais na compreensão da estrutura que a conforma. Apesar da contribuição muito específica de Savedoff sobre a identificação dos recursos fotográficos assimiláveis na ambigüidade e que geram um efeito determinado, resta ainda notar que a construção de muitas destas imagens é conformada por uma figura de estilo. Entram em jogo tanto os recursos próprios da imagem fotográfica (o enquadramento, a tonalidade, etc.), quanto figuras de um discurso retórico. Assim, podemos identificar que a metáfora constitui esta figura de estilo, mas no modo como se comporta na imagem publicitária, isto é, como um operador textual, requer que a notemos além de uma modalidade expressiva, mas também como um elemento semiótico. Neste ponto, entendemos que a metáfora amplia um pouco mais a noção que vimos desenvolvendo sobre a personificação no grotesco, pois ela (a personificação) pode ser obtida

tanto por uma ambigüidade proporcionada pela justaposição de objetos de naturezas distintas (e onde os recursos fotográficos participam na acentuação desta construção), quanto pelo recurso da metáfora e, neste caso, a personificação não é proveniente, apenas, dos usos dos recursos fotográficos, mas também está associada à própria apresentação (ou exibição) do motivo, onde os objetos (ou personagens) dispostos são vistos numa relação de analogia.

Umberto Eco, em *Semiótica e filosofia da linguagem* (1999), dispõe de algumas definições tradicionais de metáfora; “figura pela qual se dá a um vocábulo um significado que não é o seu próprio”, ou ainda, “transferência do nome de um objeto a outro por relação de analogia”, mas, de fato, nos chama a atenção para sua dimensão pragmática como o ponto principal em uma abordagem semiótica, pois para ele a metáfora não é apenas um recurso estilístico, mas trata, principalmente, da estrutura dos remetimentos própria à compreensão sígnica. De modo que compreender uma estrutura metafórica é notar que há uma relação proposicional entre duas ordens de coisas naturalmente distintas; pondo-se em uma “relação de analogia”<sup>45</sup> o sujeito, o objeto, o individual, e também o universal, o predicado. Assim, dois domínios diferenciados, dotados de valores e características diferenciadas, podem ser vistos em uma relação de equivalência por algum aspecto que os constituem semelhantemente, por elementos que são reportáveis uns aos outros.

No entanto, Eco ainda nos aponta que este jogo de remissões (remetimentos) entre os elementos distintos deve basear seu significado levando em conta seu valor conotativo, pois uma metáfora pressupõe uma construção simbólica. Dizer que “fulano é um doce” não significa ver as características de uma guloseima na pessoa, mas considerar que este alguém parece dotado de certos atributos de delicadeza, de meiguice. A metáfora é uma aproximação destes atributos que pertencem a ordens naturais diferenciadas.

A personificação no grotesco assume, em alguns de seus aspectos, este procedimento metafórico quando põe em relação de analogia seres inanimados e animados, ou ainda, atribui certos traços e características de animados aos inanimados (e vice-versa). Nas imagens publicitárias esta construção não se põe de modo ambíguo (como vimos nos dois tipos de

---

<sup>45</sup> Esta “relação de analogia” comentada por Eco pressupõe uma similitude entre coisas (objetos) de naturezas diferentes e que são colocadas em um mesmo patamar de equivalência a partir do deslocamento ou transferência de qualidades, atributos ou características de um ente ao outro. “A relação de analogia é precisamente a relação metafórica” (ECO: 1999, p. 206).

ambigüidade explicitados por Savedoff), mas se exhibe figurativamente, recorrendo ao uso da metáfora.

Nesta campanha publicitária da Nicorette (produtos terapêuticos para combater o tabagismo), por exemplo, o recurso da personificação se caracteriza pela colocação de um objeto inanimado (o cigarro) como se fosse um ser vivo, aliás, vimos que esta mesma estrutura se apresentou em muitas das peças anteriores, como a campanha da Axe (Figuras 15,16 e 17), do preservativo (Figuras 20, 21 e 22) ou mesmo nos “manequins humanos” da Diesel (Figuras 26 a 32). Em todas elas, vimos que um objeto era colocado para ser visto como se fosse um humano, onde gestos e poses eram os elementos principais desta estratégia. Já estas peças da Nicorette, a seguir, trazem um cigarro humanizado gigante colocando-o como uma espécie de “mascote azarão”, encontrado em diversas situações tragicômicas para demonstrar as possibilidades de acabar com o agente maléfico do tabaco, caso a escolha do fumante não seja a utilização do produto anunciado. O cigarro humano apresenta suas características morfológicas muito próximas das humanas; as cinzas como um tipo de cabelo, um rosto pintado de branco, os braços, as mãos, mas também suas expressões faciais conotam uma natureza humana, geralmente de dor ou sofrimento, devido às situações inusitadas e “traumáticas” nas quais se coloca em todas as peças (figuras 33, 34, 35, 36, 37, 38 e 39).



**Figura 33:** Peça 23



**Figura 34:** Peça 24

Fonte: <[http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv\\_Frms.htm](http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm)>

Aqui sua construção é dada no intuito de estabelecer uma relação baseada em uma impressão de “substituição” ou de “transferência” entre as propriedades morfológicas do cigarro e de uma pessoa. Tal caráter peculiar assumido neste tipo de grotesco não só reconhece a possibilidade de articulação entre os dois domínios (do material e do humano), mas por vezes parece transitar entre eles com certa “naturalidade”, familiaridade: dá-se em “certo grau de

normalização”, segundo Eco, porém, na imagem, põe o olhar do espectador em um nível de “estranhamento” para com as cenas que se apresentam.

Para Umberto Eco o processo metafórico se configura, então, nesta espécie de jogo de transposições entre diferentes extensões (predicados), que alude às propriedades entre um elemento e outro. O movimento que se define é, por si, o de um “transporte ou deslocação” das propriedades entre os domínios conceituais diferenciados, como a uma “modalização adverbial”, isto é, tomar um *como* se fosse outro. No caso desta campanha, tomar-se o cigarro como se fosse uma pessoa, cuja presença é indesejável e passível de toda sorte de acontecimentos desastrosos.



**Figura 35:** Peça 25



**Figura 36:** Peça 26

Fonte: <[http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv\\_Frms.htm](http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm)>

É curioso notar que as peças também recorrem aos artifícios do estilo grotesco propriamente bakhtiniano: um cigarro gigante é visto em uma série de situações cômicas, absurdas e exageradas, rodeado de outros personagens igualmente caricaturais e em poses muito peculiares. Na Figura 34, por exemplo, o cigarro humano é visto sendo esmagado por uma balança sobre a qual uma mulher sorridente posa como que exibindo sua silhueta. Ao mesmo tempo uma outra senhora muito gorda ao seu lado, olha com uma expressão “desconfiada” para a exibicionista, assim como olha também um senhor que está com o jornal no colo. Em quase todas as peças o cigarro aparece despedaçando-se com seus “órgãos” à vista, sempre exposto ao ridículo aos olhos dos outros personagens que o rodeiam e também aos nossos, como se fôssemos mais um dentre a “platéia”, incluídos no espaço de cena a observar aquelas situações. Caretas e outras expressões fisionômicas dos personagens também são evidenciadas em seu exagero burlesco, assim como o uso de certas indumentárias, penteados, cenários e outras caracterizações.

Em uma breve comparação, Bakhtin observou também a personificação no uso de marionetes teatrais como um dos elementos grotescos presente nas fases realista e romântica, onde, para esta última, os bonecos eram tidos como expressão de um estranhamento do homem ao mundo em seu redor, como exemplo do “sobre-humano”, e que convertia o que era familiar em estranho, em insólito. Para ele, as marionetes “traçavam outras fronteiras entre os corpos humanos e as coisas” (BAKHTIN, 1999, p.46).



**Figura 37:** Peça 27



**Figura 38:** Peça 28

Fonte: <[http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv\\_Frms.htm](http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm)>



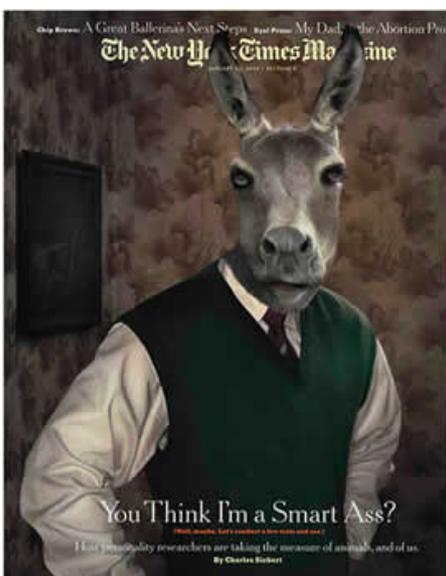
**Figura 39:** Peça 29

Fonte: <[http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv\\_Frms.htm](http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm)>

No que se refere à leitura deste tipo de imagens, cabe ainda notar que estas imagens, por seu lado, não podem ser vistas em uma relação metafórica pela simples justaposição de elementos distintos. Não se trata da imagem como “depositário” de coisas diferentes, postas aleatoriamente, mas numa articulação própria, como indicou Eco, onde os elementos se contrastam (como figuras semânticas opostas) e por isso estabelecem uma “tensão” entre si, que constituem, para o receptor, como uma provocação. Deste modo é necessário, portanto, mobilizar, na recepção, certo conjunto de “saberes enciclopédicos”, no caso da campanha da Nicorette, por exemplo, é preciso que o receptor identifique a similitude que a peça deseja propor entre o cigarro e uma pessoa (indesejável), e assim compreender as situações nas quais o personagem é colocado. O mesmo podemos dizer das outras peças. Daí a necessidade do

reconhecimento de certas remissões para que se possa proceder à leitura de um jogo metafórico (ou mesmo ambíguo) que se coloque em uma imagem.

Neste caso, o discurso publicitário pressupõe as relações já baseadas em hábitos e saberes inferenciais de um público, relativos aos contextos da pragmática metafórica<sup>46</sup>, “Portanto, entre as leis pragmáticas que regulam a aceitação das metáforas (e a decisão de proceder à sua interpretação) há também leis socioculturais que marcam tabus, fronteiras [...]”. (ECO, 1999, p.204). Estas demarcações socioculturais, por sua vez, já aparecem assimiladas pelo campo publicitário. O modo como um elemento inumano é disposto em uma atitude humana não é dado, na imagem publicitária, abruptamente (ainda que seus elementos pertençam a naturezas distintas, sejam disjuntivos). A personificação no grotesco publicitário é sempre mais sutil, suavizada ao olhar do público de modo geral. A leitura desta personificação, seja pela ambigüidade fotográfica, seja em uma relação metafórica, no campo publicitário, precisa ser aceita e assimilada com certa naturalidade ou, de algum modo, fazer menção às nossas utilizações cotidianas. Vejamos o caso desta outra campanha.



**Figura 40:** Peça 30



**Figura 41:** Peça 31

Fonte: <<http://www.ba-reps.com/artists/167/2355/nyt-cover-.jpg>>

<sup>46</sup> Eco ainda diferencia as noções de dicionário e enciclopédia como dois modelos estruturais do processo de interpretação. A oposição de um ao outro diz respeito ao modo como se define o valor semântico dos termos, isto é, a determinação dos significados como “conteúdos fixos” no modelo dicionário e, por isso nos parece uma forma mais restrita, mais “engessada”, enquanto o modelo enciclopédico possibilita certa “flexibilidade” de notar o significado porque o observa em sua condição de remetimento a outras ordens e, neste caso, a interpretação não se restringe ao conteúdo apenas, mas contempla seus contextos relacionais. Eco discorre ainda mais sobre outros aspectos que implicam nestas estruturas, mas que não consideramos aqui, em nosso caso, a explanação destes modelos como figuras possíveis para compreender a noção de interpretação usada por Eco é suficiente para dar conta da questão da leitura das imagens publicitárias que recorrem à metáfora como figura discursiva.

As peças de campanha da *The New York Times Magazine* (Figuras 40, 41, 42 e 43) trazem alguns animais investidos de certas propriedades humanas, mas também nada nos impede de relacionarmos aos “adjetivos” que comumente atribuímos àqueles que não possuem hábito de ler. De todo modo estas propriedades de “deslocação metafórica”, como denomina Eco, estão ancoradas por algumas características principais nestas imagens: a indumentária, o cenário e a pose e que, juntas, de certo modo, parece implicar a “personalidade” de cada um deles. Em todas as peças os animais estão vestidos com roupas triviais a quaisquer pessoas de uma sociedade ocidental: vestido, suéter, fraque.

Os animais estão em poses típicas de retratos e todos dirigem o olhar à câmera, estão conscientes do registro fotográfico e, conforme lemos o breve texto inserido na parte inferior da peça (Figura 40) compreendemos que a pergunta que é feita tem a intenção de estabelecer um diálogo com o leitor e de exaltar a relação metafórica em causa; *you think I'm a smart ass?*, e complementa destacando em vermelho: *Well maybe. Let's comfort a few tests and see.* Logo abaixo, a inserção de uma chamada para uma matéria assinada que integra o exemplar; *How personality researchers are taking the measure of animals, and of us. By Charles Slobert.*



**Figura 42:** Peça 32

Fonte: <<http://www.ba-reps.com/artists/167/2355/nyt-cover-.jpg>>



**Figura 43:** Peça 33

Em todas as imagens, os retratados são exibidos como se estivessem em casa; os ambientes domésticos são referenciados pelas paredes cobertas com papel decorativo, quadros, cortina, uma janela com vaso de flores, bibelôs e outros objetos de decoração. Dada a combinação entre as indumentárias e os ambientes nos quais estão colocados, podemos supor que pertencem à determinada classe social e que assumem a posição de homens e mulheres com

família, como “chefes e donas de casa”. Outro aspecto que relaciona os animais como se fossem humanos é a expressão de seus rostos - um burro com certo olhar direto, altivo, com “lábios” entreabertos como se pronunciasse algo para quem o vê; um porco (Figura 41) com traje social e um olhar de perfil, em uma posição mais alta para aquele que o olha (é curioso notar que uma linha em sua testa que acompanha a sobrancelha do olho direito esboçando um ar de “boçalidade”); uma vaca de perfil e que aparenta um sorriso “maroto” (Figura 42); uma ovelha com a cabeça levemente inclinada para seu lado esquerdo e com ar de “timidez e recato” (Figura 43), enfim. É como se as imagens esboçassem uma espécie de jogo entre forma e caráter, isto é, o caráter fixado pela forma; o caráter moldado pela forma que o assume, seja como animal, seja como objeto, seja como homem.

Eles são tomados de seus contextos convencionais para exibir um tipo específico de caráter para encarná-lo; o caráter é revelado a partir do modo como ele se manifesta, pelo tipo que o assume e pelo modo como é posto em relação com o contexto no qual se exhibe, pode-se dizer uma explicação ao modo da “fisiognomia”. Elementos heterogêneos (o homem e o animal, por exemplo) quando numa condição de analogia permitem observar que certas qualificações morais estão relacionadas ao destaque de certa forma física; a aparência física aqui parece “indexar” uma qualidade moral.

Esta estratégia foi explicada por Vladimir Propp quando buscava compreender a estrutura do efeito de comicidade, mais especificamente, inscrita na estrutura das relações comparativas entre homem e animais, mas reconhecendo que tal associação poderia extrapolar o domínio do cômico e incidir numa sátira, ou criar uma “impressão de grotesco”:

[...] aqueles casos em que a comicidade surge do confronto de algumas qualidades exteriores de sua manifestação, sendo que essa comparação era tal de modo a pôr a nu as qualidades negativas da pessoa representada ou observada. Na literatura humorística e satírica, assim como nas artes figurativas, o homem, na maioria das vezes, é comparado a animais ou a objetos (...) É fácil notar que a aproximação do homem com animais, ou a comparação entre eles, nem sempre suscita o riso, mas apenas *em determinadas condições*.<sup>47</sup> (Grifo do autor)

Esta articulação entre as características destacadas compõe o jogo de deslocamento entre animais e humanos contido na personificação e que conduz a leitura destas imagens. Estes tipos de circunstâncias nas quais as diferenças são trabalhadas em uma “reordenação” de

---

<sup>47</sup> PROPP, Vladímir. *Comicidade e riso*. Tradução Aurora Fornoni Bernardini e Homero Freitas. São Paulo: Ática, 1992. p.66

elementos e propriedades em outros contextos distintos dos convencionais conferem uma outra ordem da leitura. Certa “subversão” de valores, dos aspectos simbólicos, enfim, pode conferir tipos diferenciados de efeitos que vão desde o cômico, o bufo, o grotesco, a depender do modo como seus aspectos são tratados numa imagem.

O estudo sobre as aplicações da personificação pode atender a diversas categorias estéticas, neste caso, a estrutura metafórica que compreende a personificação se dirige a uma finalidade do grotesco. Onde as diferenças estão dispostas em um patamar de correspondência a fim de modelar um motivo visual e de gerar um efeito do *disgusto*<sup>48</sup>, ou seja, a desarmonia do gosto gerada por uma figura do rebaixamento. Neste caso, além de uma colocação dos elementos heterogêneos e díspares em um mesmo patamar, as imagens apresentam sua estrutura coligada a um estilo retórico, que, segundo Sodré, se constitui como o de um “rebaixar” os aspectos que conotam valores com carga simbólica diferenciada para um plano mais ligado ao terreno que ao sublime, concretizando, portanto, o grotesco.

### **2.1.2 A luz e a formação da ambiência plástica do grotesco**

Neste ponto, tomamos a luz como aspecto central de nossa observação sobre os elementos constitutivos da imagem e como, muitas vezes, ela dispõe as outras unidades que compõem uma fotografia mais especificamente. O que propomos estabelecer é a demarcação de um aspecto plástico sobre o qual o grotesco se apresenta como tema das imagens publicitárias. Se vimos, anteriormente, como o caráter bidimensional da fotografia repercute em um modo de instaurar o grotesco através da personificação, neste item nos detemos na luz como um recurso no qual o grotesco se caracteriza a partir de uma ambiência, que compartilha de uma espécie de “construção cenográfica”, ou ainda, de uma “cena fotográfica”. De modo que o espaço da imagem é tomado como espaço de cena, isto é, um local no qual se pode ver um “fragmento” do acontecimento que se desdobra, como algo que ocorre diante de nossos olhos. Para isso há uma conformação de coisas, objetos, pessoas, que parecem articuladamente colocados em suas situações e a uma determinada distância, mas em prol de uma luminosidade que “rege” esta configuração.

---

<sup>48</sup> Conceito proveniente da estética italiana utilizada por Muniz Sodré para caracterizar o grotesco. In: SODRÉ, 2002, p.17

Um aspecto proposto pelo tipo de luz que observamos nestas imagens é mais próprio à idéia de uma luminosidade, ou seja, do modo de empregar a luz a fim de produzir um determinado efeito; neste caso, o do “acolhimento” do olhar e o da instauração de certo “clima” grotesco. Ao mesmo tempo em que a luz nos posiciona no espaço de cena, que nos confere este efeito de tridimensionalidade nos implicando na cena, como se ajustasse nosso corpo para espreitar algo, ela também consegue criar, como a uma dimensão, uma sensação do grotesco, em uma espécie de “clima” que é sugerido através do jogo de luz e sombra que é proposto nas fotografias. Assim, falamos da luminosidade tomando-a como um elemento que trabalha a imagem para uma dimensão de uma ambiência noturna, lúgubre, por vezes, “sinistra”, capaz de gerar um tipo específico de efeito ao espectador.

Para a análise deste recurso nos valem da perspectiva semiótica de Jacques Fontanille, onde recorreremos às quatro dimensões da configuração luminosa que indica: iluminação, destaque, cor e matéria; consideradas não apenas como elementos de uma organização visual, mas também como centros de construção do sentido concernentes a um modo de enunciação propriamente visual.

O que nos é caro nas observações de Fontanille é o modo como o tratamento da luz apresenta um valor discursivo na imagem, em certa medida, como sua análise tenta compreender a relação entre os aspectos físicos (da luz) e perceptivos na instauração de um sentido discursivo. Como sua grade analítica se oferece a propósito de um estilo *greimesiano*, dispensamos aqui certas recorrências às categorias do que o autor chama de “formas de dinâmicas tensivas”<sup>49</sup> para apreender, a partir das quatro dimensões comentadas, em uma base conceitual aplicada pelo autor, como procede este valor discursivo da luz.

Em seu texto *Sémiotique du visible* (1995), Fontanille demarca, em uma primeira aproximação, a distinção entre os quatro aspectos da configuração luminosa; os efeitos de *luminosidade*, a partir da extensão dos modos de circulação e da relação específica entre uma fonte emissora de luz e um alvo; os efeitos do *destaque*, de acordo com a concentração de luz

---

<sup>49</sup> O autor dimensiona a análise a partir da categorização de quatro pólos opostos e tensivos entre si, aos quais denomina de “modulações tensivas”; a partir da aplicação desta grade aos aspectos (luminosidade, destaque, cor e matéria), o autor pode observar os contrastes e predominâncias destas propriedades e conferir como um valor enunciativo é organizado em certa imagem. Para nós, cabe apenas tomar de empréstimo os aspectos referentes à luz na base conceitual que o autor convoca. De todo modo, outras observações mais detalhadas do quadrado semiótico podem ser encontradas em FONTANILLE, Jacques. *Sémiotique du visible*. Des mondes de lumière. Première Édition. Presses Universitaires de France: Paris, 1995.

no espaço da imagem; os efeitos de *cor* (ou cromatismo) que estão relacionados às regiões definidas e localizadas da imagem, e, os efeitos de *matéria*, relacionados à ocupação e difusão da luz no espaço visível e que permite notar certas propriedades da aparência do objeto, como volume, textura, entre outros.

De um modo geral, a ambiência do grotesco se organiza conforme a disposição da luz em certas porções da imagem, deixando entrever apenas o que se deseja destacar; o espaço visível, neste tipo de imagem, é sempre “reduzido” a uma extensão pequena e que está muito mais ligada ao efeito de direcionamento do olhar do espectador pelo “caminho” previamente definido na imagem. Do mesmo modo a concentração da luz em certas regiões da imagem tem o intuito de revelar apenas o que se quer, neste caso, as imagens são fortemente marcadas por uma penumbra que as envolvem em boa parte, pois a luz não preenche todo o espaço de imagem, antes, se concentra em uma ou em outra porção. Também não há uma utilização de cores contrastantes ou supersaturadas, como é comumente vista em outros tipos de imagens publicitárias, as cores tem pouca variação tonal e muitas vezes são complementares à tonalidade escura que predomina na imagem. Enfim, embora cada imagem apresente uma ou outra variação na organização destes aspectos, ora privilegiando um mais que outro, sublinhamos como cada imagem específica trabalha o recurso em prol de um efeito plástico do ambiente grotesco.



**Figura 44:** Peça 34

Fonte: <<http://www.diesel.com/successfullivingguides>>

Na Figura 44, no que concerne à iluminação, notamos que a luz tem uma direção, ela incide de cima para baixo sobre os objetos da cena, tendo uma luminária dependurada como principal ponto emissor da luz, que foca e destaca o corpo da personagem em primeiro lugar e se deixa “espalhar”, ou melhor, refletir, nos outros objetos de cena, propondo um direcionamento do olhar: “A luminosidade repousa sempre sobre a representação vetorial de um espaço onde se difunde uma intensidade entre uma fonte de luz que emite e um alvo que recebe.” (FONTANILLE, 1995, p.31).

A iluminação, na imagem, atende a um sentido de direção, ela é “vetorializante”, propondo um percurso do olhar; nesta peça, a luminária foca a personagem (e a ação que executa), destaca-a em primeira instância e ela mesma determina o sentido do olhar no plano de projeção, direciona, ao mesmo tempo em que determina o alvo principal da imagem; o personagem em sua ação. Assim, podemos notar que se constrói uma espécie de espaço disponível para aquilo que se reconhece como “plano visível” em um conjugado entre luz e sombra que predomina em toda a imagem e estabelece uma direção de leitura de acordo com as regiões (“*plages*”) que a luz incide. Esta combinação (luz/sombra) ainda nos apresenta outras funções na imagem, já que modela a forma dos objetos, evidencia os contornos, confere profundidade e amplia (ou reduz) a assimilação da cor nos objetos, de acordo com as diferentes concentrações no espaço.

Neste tipo de imagem, os objetos da cena são destacados por um tipo específico de tratamento da luz; a imagem é vista muito mais por uma penumbra que por um tipo de luz que preenche toda a imagem. Esta diferença pode ser compreendida a partir da relação que se estabelece entre a fonte luminosa representada e a construção da *espacialidade*. Neste ponto, podemos dizer que as observações de Corrain<sup>50</sup> são complementares às de Fontanille. A autora discorre sobre as duas modalidades de iluminação (externa e interna) conforme o tipo de espaço (itinerante e radiante) na imagem. Segundo a autora, na *espacialidade* itinerante a luz externa é a representada e difundida uniformemente (ou quase) por toda a imagem; a luz preenche todo o plano da expressão e está pressuposta, como se fosse “inerente” aos corpos da imagem. No espaço radiante ocorre o contrário, a luz é geralmente representada a partir de um objeto difusor (uma vela, um castiçal, um canhão de luz) que delimita o espaço visível do plano. Em outros casos, a luz é apenas um foco luminoso sem uma representação explícita, mas

---

<sup>50</sup> CORRAIN, Lucia. “A espacialidade no quadro à luz noturna e a construção da intimidade”. In: *Semiótica plástica*. São Paulo: Hacker, 2004. pp. 215-227.

implícita, porém refletida nos outros objetos da imagem que se quer destacar, onde a luz pode ser proveniente do próprio objeto de cena posto na imagem.

Na Figura 44, uma luminária localizada na porção superior da imagem delimita o espaço visível. A luz interna e o espaço radiante conformam a relação necessária para criar o ambiente grotesco. A capacidade exploratória do olhar fica então “reduzida” aos limites impostos pela luz sob a determinação de observar a imagem a partir do corte do enquadramento que a luz define. Aliás, há uma relação entre o nome da campanha “The Dark” e o próprio sentido do grotesco instaurado visualmente, pois vimos que grotesco se refere à *grotta*. Assim, apenas uma aproximação da imagem, ou seja, a idéia de “entrar” na cena permite deter a apreensão de um campo mais detalhado, de uma exploração mais detida dos objetos que compõe toda a imagem. Só podemos observar aquilo que a luz emitida pela luminária nos permite. Neste sentido a cena grotesca é um acontecimento, uma “abertura” de mundo dada à vista apenas pelo instante em que as “cortinas” permanecem abertas.

Um outro ponto que devemos sublinhar é que os objetos visíveis (só estão visíveis) são destacados pela luz sobre um fundo escuro. Aqueles nos quais a luz incide mais diretamente superam o “nível de claridade média” que possui os demais objetos e esta possibilidade se dá de acordo com a localização do objeto ao ponto emissor de luz. Assim, alguns objetos devem ser vistos mais que outros, como numa estratégia proposta na imagem. Aliás, este mesmo recurso já era utilizado por Rembrandt e também Goya, como vimos anteriormente:

Como Rembrandt obtém sua luminosidade vibrante? Já mencionei algumas das condições perceptivas. Um objeto se apresenta luminoso não só em virtude de sua capacidade absoluta, mas superando o nível de claridade média estabelecido por sua localização num campo total. Assim o misterioso brilho de objetos mais escuros surge quando são colocados em ambiente ainda mais escuro.<sup>51</sup>

É curioso observar a implicação com a luz neste caso, pois ela emana do objeto para cumprir uma determinada função, seja direcionar a leitura (varredura) da imagem e conferir profundidade, seja “fixar” seu motivo através do recurso. A imagem da Diesel atende a estas duas propriedades: tanto usa a fonte de luz para determinar uma possível direção de leitura que vai do homem de costas (num primeiro plano) à fornalha, no fundo da cena, e depois para as calças sem corpos na porção direita da imagem, e também consegue criar uma

---

<sup>51</sup> ARNHEIM, Rudolf. *Arte e percepção visual* - uma psicologia da visão criadora. 7ª edição. São Paulo: Pioneira, 1992. p.314.

ambiência que é da ordem do grotesco. Wölfflin apresenta estas caracterizações da luminosidade ilustrando bem sua aplicação na imagem “A visita de Maria ao templo” de Tintoretto, na figura 45.



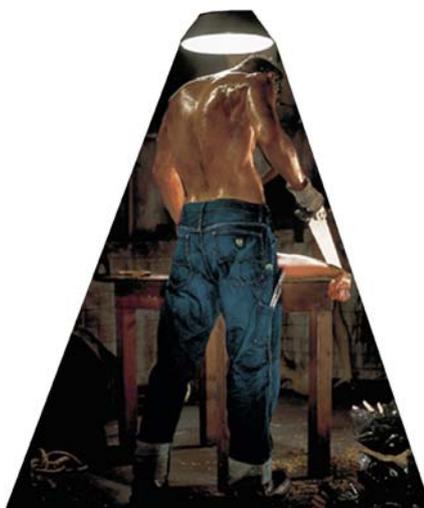
Figura 45: Pintura 5 – *A visita de Maria ao templo*, 1552. Pintura em tela, 429 x 80cm., Jacopo Robusti Tintoretto  
Fonte: S.M. dell’Orto, Veneza.

Tanto na peça da Diesel (Figura 44) quanto nesta imagem de Tintoretto (Figura 45), a luz reconhece certa “autonomia”<sup>52</sup> (conforme propõe o Barroco), que não atende aos preceitos de uma visibilidade perfeita ou que reproduz os detalhes de cor e forma de um objeto real, mas a imagem aqui é preenchida “por um movimento da luz, que não deve coincidir, entretanto, com as exigências da clareza material” (WÖLFFLIN, 2000, p.274), tão fortemente marcada pelo estilo renascentista. Em ambos os casos, o tratamento luminoso define um caminho a ser visto dentro da imagem, o uso da luz não privilegia todos os objetos, alguns foram feitos para permanecer na obscuridade ou para revelar apenas certos traços, daí porque o predomínio da obscuridade. O destaque da luz está em compor este espaço salientando o que é mais importante nela, de onde é proveniente e para onde vai.

<sup>52</sup> “O barroco rejeita esse grau máximo de nitidez. Sua intenção não é a de dizer tudo, quando há detalhes que podem ser adivinhados” (Wölfflin, 2000, pg. 272). Esta observação de Wölfflin indica uma das diferenças que assume o estilo barroco em relação ao renascentista a respeito do tratamento da luz. Para ele, o princípio da clareza absoluta para a relativa representa uma ruptura dos marcos renascentistas que exaltavam a linha, a forma e o contorno (o que ele denomina de estilo linear) submetendo a luz a mero elemento que possibilitava a visão de um motivo. Com esta modificação no tratamento da luz, ela passa a definir uma pictorialidade, que é típica do estilo barroco, ou seja, a luz é usada com outras finalidades, muito menos ligada à uma nitidez da imagem e mais relacionada a produção de efeitos plásticos do movimento, da profundidade, da representação de certa instabilidade nas condições do olhar (muito mais furtivo e menos explícito). Daí sua concepção de luz autônoma, que “rege”, de certo modo, uma imagem.

Essa composição, de pujante energia espacial, constitui um bom exemplo do estilo em profundidade, que opera basicamente com recursos plásticos; por outro lado, é igualmente significativa para ilustrar a discrepância entre os acentos da imagem e os dos objetos. É curioso que, apesar de tudo, a composição consiga apresentar uma narrativa clara! A pequena Maria não fica perdida, afinal, em meio ao espaço. Apoiada por formas discretas que a acompanham, e sujeita a condições que não se repetem para nenhuma outra personagem do quadro, ela impõe sua pessoa e retifica sua relação com a figura do Sumo Sacerdote. Assim forma-se o núcleo de todo o conjunto, embora as duas personagens principais estejam separadas também pela distribuição das luminosidades. Este é o novo caminho seguido por Tintoretto.<sup>53</sup>

Outro ponto observado na Figura 44 é o destaque que é dado ao personagem e aos objetos que se localizam logo abaixo da fonte de luz e que concentra o campo visível numa área demarcada. Vemos com certa nitidez os objetos que se localizam logo abaixo da luminária, pois a fonte parece banhar uma área mais ou menos triangular.



**Figura 44 (detalhe)**

O mesmo ocorre com a Figura 46, o canhão de luz acima concentra o campo da imagem nas personagens logo abaixo da fonte de luz, mas como possui um tamanho maior, naturalmente, a extensão da área que abrange também é maior. Do mesmo modo, a luz indica a direção de leitura da imagem, vai do corpo deitado numa mesa cirúrgica às jaquetas *jeans* sem corpos que vagam em um primeiro plano. Tanto na Figura 44, como nesta outra (Figura 46), a obscuridade predominante na imagem só é “rompida” pelo azul do *jeans*, além do brilho intenso que se põe na logomarca e que destaca o nome “Diesel” das peças.

<sup>53</sup> WÖLFFLIN, Heinrich. *Conceitos fundamentais da história da arte*. 4ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000. p. 291.



**Figura 46:** Peça 35

Fonte: <<http://www.diesel.com/successfullivingguides>>

Tanto na Figura 44 quanto na Figura 46 dificilmente distinguimos bem quais as cores utilizadas nas imagens. No geral, o que temos é um predomínio do preto que preenche a imagem e a luz que incide sobre os objetos incorpora o azul (escuro) e uma ou outra gama de tons pastéis, indo do bege ao ocre. Em um dado espaço luminoso, a articulação entre cor e local é determinada pela proximidade ou afastamento do foco de luz. A cor seria, portanto, resultante de uma modulação da intensidade luminosa no espaço da imagem. Tanto o azul da calça da personagem da Figura 44 quanto das jaquetas das personagens da Figura 46 é destacado, ou realçado, de acordo com sua localização em relação à fonte luminosa. Se os outros objetos possuem uma saturação maior ou menor do bege, por exemplo, se mais escuro, fosco, brilhante ou claro, não podemos distinguir com precisão porque não compartilham do mesmo nível de iluminação. E, é claro que em se tratando de uma fotografia com finalidade publicitária, o que está em destaque é o produto que ele anuncia; o *blue jeans*.

No entanto, a cor deixa entrever sua estreita relação com um outro componente de nossa análise: a matéria, ou “luz-matéria”<sup>54</sup>, como denomina Fontanille. De fato, estes dois elementos são complementares e estão interligados devido à localização do objeto em relação à fonte de luz. Do mesmo modo que a cor se destaca conforme sua posição, assim também

<sup>54</sup> Fontanille atribui à luz-matéria a propriedade do reconhecimento de certos aspectos táteis de um objeto, a possibilidade de “ver” a superfície de certos objetos sobre os quais a luz incide e revela sua textura, seu volume, suas granulações, enfim.

ocorre com a matéria; a partir da localização ela informa o volume, a textura, a profundidade, ou seja, o tipo de “superfície” do corpo revelado pela luz. O nível de detalhes é maior conforme sua posição, isto é, a luz-matéria permite a intervenção de outros modos sensoriais no plano visível, possibilitando quase uma espécie de aspecto “táctil” dos objetos/ corpos na imagem. Na Figura 44, por exemplo, a luz nos dá a ver um brilho do suor no dorso lateral direito do personagem e que define uma musculatura enrijecida pelo esforço da ação que executa. Do mesmo modo parecemos reconhecer a espessura densa que tem o líquido que é retirado do abdômen da personagem na Figura 46, e, então, de posse de outras informações que percebemos da imagem, inferimos que se trata de gordura, muito provavelmente. É esta impressão que nos revela a textura das substâncias representadas, o resultado da capacidade informativa que a luz-matéria determina sobre os objetos ou corpos nos quais incide.

Apenas quando nos aproximamos um pouco mais das imagens começamos a notar mais atentamente outros componentes destes cenários. Começamos a explorá-los de acordo com o que a luz nos permite - na Figura 44, braços e pernas já esquartejados, uma fornalha, um brilho em um plástico preto que sugere o contorno de um corpo envolto dependurado de ponta-cabeça. Na Figura 46, um corpo que é submetido a uma espécie de cirurgia (talvez clandestina), parecendo pouco cuidadosa quanto aos aspectos de higiene (há recipientes espalhados pelo chão, em cima de bancos e mesa), uma espécie de líquido espesso (gordura, supomos) que é retirado do abdômen do paciente e que enche os recipientes. Podemos constatar, portanto, que a luz goza de certa autonomia na imagem - e é através deste elemento que o sentido do grotesco se instaura - pois nos oferece um ambiente como cenário, onde a posição “teatralizada”, a pose artificial das personagens, confere algo de uma representação cênica do grotesco, mas que só se completa através do efeito que a luz determina, criando assim uma ambiência plástica. Seja flagrando um esquartejamento ou uma cirurgia clandestina, os nossos olhos, os olhos do leitor, estão sempre dispostos em algum canto, em alguma fresta possível entre o jogo da luz com a penumbra.



**Figura 47:** Peça 36

Fonte: <[http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat\\_impresprint.html](http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat_impresprint.html)>

Nesta outra imagem (Figura 47) a luz também está diretamente relacionada com a construção deste espaço de cena. Há um tonel de lixo com fogo num local muito escuro que constitui o centro da imagem. Através da chama podemos notar os poucos objetos dispostos ao redor. Não distinguimos bem o tipo de local representado, mas aos poucos a associação entre os objetos nos sugere um esgoto urbano ou algum local embaixo de uma ponte. Há um pequeno canal com água (ou lama) que reflete um pouco a luz da chama, uma garrafa jogada neste canal, as paredes são de um tom cinza (de concreto) e também há outros tonéis ao lado (um deitado no lado esquerdo e outro de pé, mas que só vemos uma pequena parte superior de sua abertura ao lado direito da imagem). Há alguém que tenta se aquecer perto da chama do tonel principal; mas só conseguimos ver as mãos direcionadas ao objeto, não reconhecemos de quem se trata, pois o personagem está totalmente envolto em um cobertor. Apenas as mãos estão à mostra, mas quando as observamos melhor percebemos que não são mãos propriamente humanas, mas deformadas e com garras, como se fossem patas de animais.

Mais adiante do tonel, em um plano posterior, outro personagem deitado coberto com um pano e apenas os pés são vistos, mas desta vez a distância e a escuridão não nos permite sequer distinguir se pertencem a um humano ou se são deformados como o do primeiro personagem. A escuridão predominante acolhe o nosso olhar e nos posiciona entre os dois outros tonéis do local. Nosso ponto de vista se instala precisamente neste ponto. Estamos

dentro da cena tentando desvelar (ou ver o máximo que pudermos) a identidade do personagem que se protege do frio e dos nossos olhos, mas o que temos é apenas o que a luz nos permite ver; sua função nesta imagem é construir o espaço de cena através do destaque de seus objetos, tanto quanto demarcar o ponto implícito do nosso olhar. Não obstante, um ponto equivalente com o modo barroco de emprego da luz sobre o motivo central de uma imagem, segundo Wölfflin, é evidenciando apenas parcialmente o motivo da imagem, ocultando do olhar mais que explicitando-o, para que possa ressaltar a dubiedade de sua natureza (e do que vemos) e romper com a noção de nitidez total ou dos elementos todos dados à vista. Neste caso, podemos notar esta similaridade estrutural do tratamento do motivo na análise que Wölfflin faz de um quadro de Terborch, “A admoestação do Pai” (Figura 48), apenas para ilustrar esta relação.



**Figura 48:** Pintura 6 – *Admoestação do pai*, 1654-1655. Pintura em madeira, 72x60cm, Gerard Terborch

Fonte: Gemäldegalerie, Berlim.

Wölfflin assinala a relação existente entre a luz do objeto (que emana da personagem central) e o motivo da representação de modo oposto à arte clássica, onde um motivo jamais seria ocultado, porém sua representação se daria explicitamente, clara e direta ao espectador. Em Terborch, o ponto principal da representação é o modo como a personagem principal (de costas para o espectador) acolhe as palavras do pai e não a própria menção das palavras do pai.

Mas é precisamente nesse ponto que o pintor nos entrega à própria sorte: a moça, em seu vestido de cetim branco, constitui, pela sua tonalidade luminosa, o principal

ponto de atração do quadro; não obstante, seu rosto permanece oculto. (WÖLFFLIN, 2000, p.284).

O que ocorre no tratamento do motivo grotesco nestas peças é de fato similar a um modo barroco de tratar o motivo (a partir da disposição do personagem central e sua relação com a incidência da luminosidade); o foco da atenção não é explicitado, não é dado “desveladamente” ao espectador, mas muitas vezes é apenas sugerido:

Se, por um lado, a arte clássica aspira à apresentação absolutamente clara do motivo, por outro, o Barroco não pretende ser uma arte confusa, mas deseja apresentar a clareza apenas como o resultado secundário e casual. Algumas vezes o Barroco chega a brincar com o caráter sugestivo das formas dissimuladas.<sup>55</sup>



**Figura 49:** Peça 37

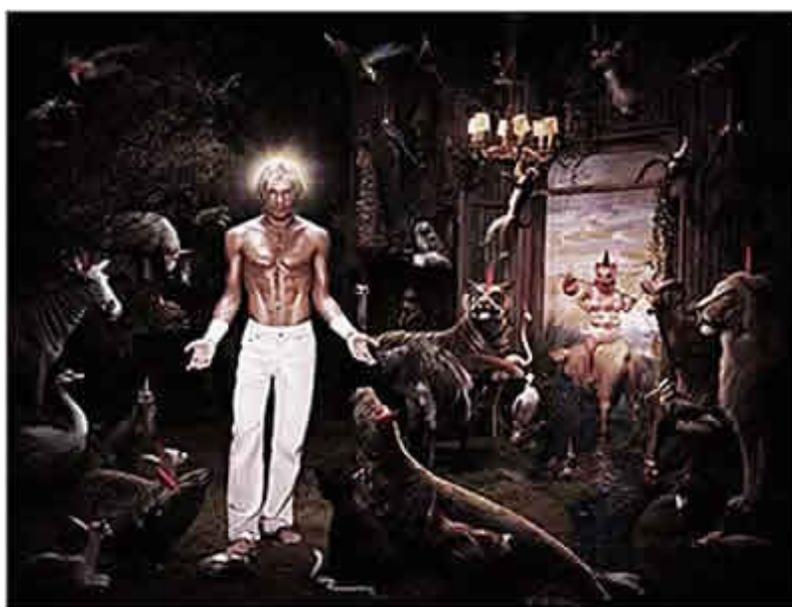
Fonte: <[http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat\\_impresprint.html](http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat_impresprint.html)>

Esta outra peça da campanha Philips (Figura 49) também oculta seu personagem central, o que marca ainda mais o sentido de “contrariedade” da peça, pois seu anunciante é uma indústria de lâmpadas. O que podemos ver do personagem é apenas uma cauda que escapa pelo cobertor que o envolve. A obscuridade continua a marcar todo o espaço da imagem permitindo distinguir pouco do ambiente; apenas nos parece uma rua com sacos de lixo e outras quinquilharias em volta. O ponto de luz (a lâmpada) que aparece na peça destaca, na verdade, a frase que se encontra ao seu lado no canto inferior direito: “Bane os monstros de debaixo da cama”.

<sup>55</sup> WÖLFFLIN, Heinrich. *Conceitos fundamentais da história da arte*. 4ª.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002. p. 284.

Mesmo quando temos um exemplo como o da imagem seguinte (Figura 50), onde o motivo “crístico” da adoração é retratado, as diferenciações do tratamento podem observadas ainda preservando certas nuances de um estilo barroco e que são apropriadas pela publicidade para configurar um tipo grotesco. Nesta peça de um anunciante de roupas (marca Rifle) temos a ilustração de um “Cristo” em meio a animais selvagens que está disposto em uma posição de destaque na imagem; a luz brilhante que emana de sua cabeça reverbera na claridade intensa da calça e das faixas em seus braços, ao invés de uma representação da auréola típica ou das chagas de Cristo.

Tudo o que se pode ver na imagem é possível somente a partir da reflexão da luz da figura central que banha os outros objetos de cena, tal qual a estrutura de outras imagens do “menino deus”, o corpo emissor de luz é o próprio Jesus. Mesmo assim, o que conseguimos distinguir na peça são apenas partes dos animais ao invés de vê-los todos integralmente. Em um plano posterior em diagonal ao personagem central encontramos um outro personagem que se destaca, pois está na parte externa do ambiente, visto pela abertura de uma porta que não conseguimos ver muito nitidamente, dada a distância do personagem central (foco de luz). Este último nos parece um pequeno monstro, mistura de homem e animal, sentado de modo contrário em um porco. Mais uma vez a obscuridade preenche toda a imagem, a figura do “Cristo” é destacada, mas ocupa a parte esquerda da imagem, a centralidade não é absoluta e tem um destaque em profundidade criada, na verdade, por sua luminosidade:



**Figura 50:** Peça 38

Fonte: <[http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv\\_Frms.htm](http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm)>

A obscuridade ainda é predominante e a luz que incide sobre os objetos incorpora uma pequena variação de cor. Os acentos cromáticos se harmonizam com o sombreado e não são colocados de modo “invasivo” na imagem, no entanto, são atenuados e suas variações são graduais conforme a luz. De todo modo, estas observações demarcam os aspectos que regem a luz em sua interação (e construção) com o ambiente configurado grotesco.

Nesta outra imagem da mesma campanha (Figura 51) também é trabalhada a luminosidade conferindo o mesmo tipo de tratamento plástico à imagem. Com certas variações, a figura feminina ocupa o lugar do personagem central do tema crístico, mantendo a mesma posição da personagem masculina. Obedecendo a mesma frontalidade, o olhar direto ao espectador, a posição das mãos espalmadas, a luz que emana da cabeça e que irradia mais fortemente pelos objetos que estão mais próximos a ela. Com um acento onírico, fantasioso, na mistura de olhos que voam e se espalham com outros objetos, esta imagem estranha nos oferece um ambiente sombrio por onde vagam olhos de vários tamanhos e por todos os lados. Ao contrário da figura 46, onde os animais se voltam todos para o personagem central, nesta outra imagem, os olhos vêm tudo ao redor, inclusive o maior deles, localizado mais ao fundo da personagem, no lado direito, parece dotado de um corpo, cuja cabeça é um olho gigante que nos olha fixamente:



**Figura 51:** Peça 39

Fonte: <[http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv\\_Frms.htm](http://www.erwinolaf.com/Pages/Adv_Frms.htm)>

Do mesmo modo que observamos o tratamento da luz em sua construção da ambiência plástica, vale a pena render aqui algumas considerações comparativas à disposição deste recurso numa configuração do grotesco em sua condição de testemunho e de personificação, onde a utilização da luz difere em muito da conjugação com o sombreado que se apresenta numa ambiência plástica do grotesco tanto quanto o barroco se opôs à arte clássica ao empregar este recurso. Do mesmo modo, podemos dizer que os estilos da clareza absoluta e da clareza relativa participam desta diferenciação entre os tipos de configuração grotesca, como dois modos opostos destas formas de tratamento da luz e sobre os quais se complementam os outros elementos constituintes das imagens.

Por outro lado, se para uma ambiência grotesca observamos alguns aspectos que decorrem da parca iluminação, da penumbra e dos sombreados que se instauram na demarcação do campo visível da imagem e de onde decorrem outros aspectos de sua formação discursiva, no grotesco personificado ou no testemunhal, a luminosidade regencia, antes de tudo, a apresentação total do seu motivo. O nível de expressividade do motivo é buscado pela exaltação da nitidez das formas, nada escapa ou está oculto na imagem, o motivo se dá e se oferece, e a luz funciona como um elemento “estabilizador”, que envolve o motivo, que o evidencia e que o expõe:

Por mais que eventualmente o grau máximo de nitidez na representação dos detalhes não seja alcançado - o que pode ocorrer em um quadro de conteúdo mais rico-, jamais haverá resquícios indistintos ou confusos. Até mesmo a forma mais vaga pode ser entendida de algum modo; sobre o motivo principal, entretanto, incidem todos os esforços no sentido de uma visibilidade perfeita.<sup>56</sup>

As imagens apresentam seus motivos sob uma luz intensa, em um nível de claridade alto para que não haja possibilidade de dispersão do olhar, pois toda a atenção deve convergir para o motivo. Retomemos a observação de Corrain quanto à classificação da luz externa no espaço itinerante; a luz preenche todo o plano da expressão e está pressuposta, ela é inerente aos corpos da imagem, “a fonte de iluminação situada em um espaço externo difunde sua luz de maneira mais ou menos intensa sobre todo o representado, envolvendo silenciosamente a coisa, fundindo-se numa invisível unidade com os corpos” (CORRAIN, 2004, p. 217).

---

<sup>56</sup> WÖLFFLIN, Heinrich. *Conceitos fundamentais da história da arte*. 4ª.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002. p.272



**Figura 52:** Peça 40

Fonte: <[http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat\\_impresoprint.html](http://www.brainstorm9.com.br/archives/cat_impresoprint.html)>

Vejamos como esta peça (Figura 52) se utiliza de uma luminosidade mais intensa para destacar seu motivo. Aqui, a criança aparece deitada envolvida por um lençol branco, vemos apenas sua cabeça, a parte superior do tronco e suas mãos. Seu rosto não apresenta uma expressão enfática de sofrimento, apenas a perplexidade que parece “congelá-lo” nesta imagem, estado este, reforçado pelo tipo de luz intensa e clara demais que se reflete em sua face. Mais uma vez o destaque para o personagem retratado ocupa o lugar central da imagem. Não há sombras e nem acentos cromáticos intensos, apenas o contraste entre o tom da pele opaca da criança e o branco dos lençóis. A alvura dos tecidos que recobrem a criança nos convida a olhá-lo em seu estado “etéreo”, de modo que, por um instante, compartilhamos com ele esta estranha sensação de perplexidade, mas que se realiza mesmo a partir da associação com outros elementos que fazem parte da peça. O texto (traduzido) “Eu vou doar hoje e ajudar esta criança” na primeira página e o texto seguinte “Eu vou doar mais tarde”, onde, se repete a mesma imagem na página seguinte, porém com a cabeça da criança completamente coberta pelo lençol, sugerindo seu pronto falecimento, faz com que a perplexidade se complete por inteiro.



**Figura 52 (adaptação)**

Nesta peça, além dos próprios recursos da imagem que dispõem de modo específico o personagem central, eles se apresentam coligados a uma função que é típica do veículo, ou seja, a de que é necessário, ao leitor, virar a página. A falta de expressão na face da criança, sua palidez, seus olhos estáticos, todos estes elementos articulados ao tipo de iluminação, ao enquadramento, à distância e tamanho da personagem, entre outros, parecem acentuar certo grau de “expressividade” apelativa, emocional. Podemos dizer que os nossos olhos ocupam o lugar do próprio canhão de luz (implícito na imagem) com sua intensidade luminosa ofuscante, acima do seu paciente.

O texto e a relação que há com a disposição da imagem com as páginas do suporte impresso complementam todo o sentido desta mensagem visual.



**Figura 53:** Pintura 7 – *Pietà*, 1559. Óleo sobre tela, 227x294cm, Jacopo Robusti Tintoretto.  
Fonte: Galeria da Academia, Veneza

Em contrapartida, podemos observar, brevemente, nos detalhes abaixo (Figura 53), a função expressiva que uma luz ou sombra oblíqua, em uma penumbra (exemplos típicos da ambiência grotesca) poderia render ao sentido dramático que Wölfflin analisa na *Pietà* de Tintoretto:

Desconsiderando por completo todos os fundamentos plásticos, uma sombra oblíqua projeta-se sobre o semblante de Cristo; não obstante, essa sombra deixa entrever uma parte da testa e um segmento inferior do rosto, de inestimável valor para a impressão do sofrimento. Igualmente significativa é a expressão dos olhos da Virgem, que tomba desfalecida: toda a órbita dos olhos é preenchida por um único sombreado, como se fora uma grande cavidade redonda.<sup>57</sup>

**Figura 53 (detalhe)**



De modo contrário, nas imagens publicitárias que evidenciam o motivo, seu papel é exibir o personagem (ou objeto) em determinada condição, apresentá-lo com a máxima nitidez aos nossos olhos. A construção deste tipo de imagem exclui a possibilidade de que seja fortuita, já que ela não foi concebida para ser casual e nem para que seja vista furtivamente, onde a luz intensa determina este caráter funcional, como vimos na figura 52.

<sup>57</sup> WÖLFFLIN, Heinrich. *Conceitos fundamentais da história da arte*. 4ª.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002. p. 292



**Figura 54:** Peça 41

Fonte:<<http://image.guardian.co.uk/sysimages/Media/Pix/pictures/2003/11/12/barnardo2roach.jpg>>

Um tanto diferenciada da figura 52, esta imagem (Figura 54) também apresenta seu personagem central banhado por uma luz intensa em lençóis brancos, mas suas especificidades se dão em três aspectos principais: a magnitude que a criança assume pelo enquadramento muito próximo, em uma posição diagonal que “corta” a imagem, a luminosidade que lhe confere um brilho característico e sua expressão de choro. Além disso, esta imagem joga com a sobreposição de elementos no intuito de gerar uma sensação de repulsa e de asco, pois uma grande barata sai da boca do bebê.

Na parte superior da peça, o texto principal “Não há colheres de prata para crianças que nascem na pobreza” complementa e especifica a intenção de mobilizar o espectador para a mensagem que se quer fixar; chamar a atenção para a miséria na qual vivem as crianças pobres. No entanto, a peça exhibe a imagem de uma criança que não nos relaciona, efetivamente, com as crianças que vivem em situação de pobreza. Os lençóis brancos, a pulseira de identificação dos recém-nascidos nos hospitais, a robustez aparente do bebê e a fralda não são elementos indexadores de sua condição de pobreza que a mensagem parece querer transmitir. Não fosse a presença da barata que sai de sua boca, este elemento “disjuntor”, certa sensação sequer poderia ser cogitada. De todo modo, não podemos desprezar a função que a luz assume nesta imagem; ao contrário da figura 48, a luz confere um tipo de informação diferenciada nesta criança, o brilho que se constata em seu corpo serve para nos indicar uma qualidade táctil, pois o bebê ainda parece estar envolto na camada do

líquido placentário, como se vivesse seus primeiros instantes de vida, aspecto reiterado por sua posição em diagonal que também sugere sua “chegada” à imagem.

O tratamento que a luz recebe nesta imagem também se distancia daquela da figura 48, nela, a luz sugere uma situação de frieza, de falta de vida (daí seu tom etéreo) combinada com o predomínio de uma gradação do cinza. Nesta, a luz é um clarão. Assim, mesmo que a luz se apresente com certas diferenciações, com certas especificidades de sentido em uma imagem ou em outra, em todas elas a função que estabelece é a de evidenciar o motivo. Enquanto na construção de uma ambiência vimos que a luz instaura um conjunto de operações para a ambiência do grotesco, se fixando em um patamar primordial (e fundamental) para a produção do sentido, no grotesco de caráter testemunhal, a luz participa como elemento não ativador, mas complementar à construção do sentido.