

A Composição da imagem no anúncio publicitário¹

Juliana Zanini Salbego²

Universidade Federal de Santa Maria

Tomando em consideração a imagem como parte fundamental do dispositivo publicitário e que o processo compositivo de uma imagem depende das relações produzidas pelos seus elementos internos na busca de uma totalidade, o presente trabalho analisa uma publicidade de revista desvendando as relações entre seus elementos compositivos e entender seu processo de significação. Ancorada na teoria de Villafane e de outros autores como Dondis, Arnheim e Peruzzolo, observou-se que a composição das imagens sistematicamente organiza e dirige seus processos de leitura e de significação.

Palavras-chave: imagem; publicidade; significação

A imagem, componente fundamental do dispositivo publicitário, tem em si um grande potencial de significar valores. Através da construção de suas narrativas icônicas, a imagem utilizada em publicidade cria mundos fantásticos onde os produtos ganham muito mais que seu valor de uso. A imagem se presta a um grande número de funções, mas certamente uma das mais relevantes dentro da publicidade é ajudar o produto, como diz Péninou (1973), em sua passagem da condição de existência para a consciência. É o mesmo processo denominado por Rocha de ‘semiotização do objeto’, ou seja, significar determinado produto e seus valores em mensagens para que eles possam circular no mundo das trocas simbólicas. Na forma publicitária, um produto tem que ser transformado em uma narrativa que conta uma história sobre ele mesmo. Através desta invenção é que o produto estará se transformando num bem simbólico e se construindo enquanto objeto semiótico constituído de valores. Nesse sentido, a construção desta narrativa passa por um tipo de ‘fabulação’ (Peruzzolo), isto é, ‘um produto do contar’, passam a ser ligados a experiência de alguém.

Nesse processo e em vários outros que fazem parte da ‘vida’ de uma publicidade a serviço de um produto, a imagem serve como uma grande alavanca impulsadora. Nesse sentido, o espaço ocupado pela imagem no dispositivo de publicidade atua como um espaço de recreação informativa, de criação e *recriação* do mundo através das

¹ Trabalho apresentado ao GT de Publicidade e Propaganda, do VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2007.

² Formada em Publicidade e Propaganda pela UFSM (2004), Especialista em Comunicação Midiática pela UFSM (2007), atualmente aluna do Curso de Mestrado em Comunicação pela mesma Universidade. Contato: julianasalbego@yahoo.com.br

narrativas icônicas. Sua imagem muito mais que ilustra, mas é a ‘mola mestra’ (Péninou, 1973) de um enorme dispositivo enunciativo.

Tendo consciência da importância da imagem e sabendo que sua significação depende de relações complexas é que se busca compreender de que maneira se organiza internamente a sua composição. Valendo-me da teoria organizada por Villafane, na qual ele desmonta e organiza a composição de uma imagem, o presente trabalho busca analisar uma publicidade de revista tentando desvendar as relações entre seus elementos compositivos e entender seu processo de significação. Dessa forma trabalharei destacando, a meu entender, os pontos mais relevantes do anúncio e buscarei elucidá-los de acordo com as teorias dos elementos de composição da imagem.

De acordo com Villafañe, a composição de uma imagem se organiza de acordo com três grupos de elementos: os morfológicos (ponto, linha, plano, textura, cor e forma), aqueles de presença material e tangível na imagem – marcam o espaço; os dinâmicos (movimento, tensão e ritmo), aqueles que, por não possuírem presença material, existem e ‘andam’ na imagem através do grupo anterior – marcam o tempo; e por fim, os elementos escalares (dimensão, formato, escala e proporção), que aparecem na imagem com a função de relacionar os grupos anteriores e tornar a imagem mais próxima ou menos próxima da realidade – marcam as relações. Através destes grupos de elementos podemos observar as três dimensões necessárias para a existência de uma narrativa: o espaço, o tempo e as relações entre ambos que permitem o desenrolar de uma história sobre algum aspecto da vida. É exatamente o que tentarei demonstrar ao analisar como a publicidade de ‘Duloren’ relaciona seus elementos num tempo-espaço construídos na imagem, articulando uma narrativa peculiar e cheia de significações.

É importante observarmos que cada elemento ou agente plástico traz consigo um valor individual, no entanto, estes valores sempre estão relativos, pois o contexto plástico no qual estão inseridos poderá modificá-los – potencializando-os ou inibindo estes valores. Isso quer dizer que cada elemento plástico tem a capacidade de criar sentidos isoladamente, mas que a verdadeira relevância de cada um está no efeito criado pela inter-relação com os demais. “O resultado visual inerente a toda composição depende de um efeito de totalidade e nunca de uma adição de elementos” (Villafane, 2000, p.181). Este efeito de totalidade permite à imagem uma impressão de unidade ajudando no direcionamento do sentido objetivado pela composição.

A narrativa iconovisual da publicidade de Duloren nos apresenta os indicativos de que os elementos internos de sua composição trabalham sincronizadamente,

resultando em uma unidade de significação. Para melhor explicar descreverei a publicidade. Inserida na revista ‘Marie Claire’³, do mês de março de 2007, a publicidade de Duloren⁴ aparece em duas páginas. No lado direito, ocupando quase a totalidade do espaço, temos em primeiro plano a imagem de uma mulher de pele clara, vestindo lingerie vermelha, em posição sensual, quase agachada – na verdade, entende-se que esta posição faz parte do movimento de uma espécie de dança sensual – ela ocupa a página direita de cima a baixo, estando sua imagem sangrada, pois fica fora uma pequena parte de seu cabelo e de seu pé direito. No mesmo plano, mas no centro-inferior da página esquerda, temos um homem deitado de costas para a imagem – como se estivesse de frente para a mulher. Vemos somente parte de suas costas, a cabeça e um pedaço da sua perna (o que nos permite deduzir que ele está deitado). Ainda em primeiro plano, labaredas de fogo contornam a parte inferior da imagem, aumentando de tamanho no canto centro-inferior esquerdo. Compondo um plano médio, temos um grande rio e no centro da imagem, ocupando a porção centro-superior, vemos uma torre – no meio do rio – em chamas. Em plano afastado, uma composição de morros (em tamanho pequeno) e um grande céu vermelho-alaranjado (que toma conta de quase toda a parte centro-superior de ambos os lados) e é povoado por pássaros negros que voam em diferentes direções no lado esquerdo da imagem.

Mais ou menos no centro do quadrante superior esquerdo encontra-se a chamada do anúncio que diz “Anjo não tem sexo. Então, qual é a vantagem?”. Na parte centro-inferior do quadrante esquerdo inferior temos algumas informações sobre as marcas dos tipos de tecido utilizados por Duloren e um número que diz respeito à coleção. Na parte superior do quadrante direito-superior temos, em fonte pequena, o site da duloren: ‘www.duloren.com.br’ e por fim, no canto direito-inferior do quadrante direito-inferior temos a marca de duloren e abaixo uma frase “você com Duloren no corpo”.

³ “A Marie Claire é uma revista feminina mensal, publicada no Brasil pela Editora Globo, que enfoca assuntos sobre moda, comportamento e atualidades. Sob o slogan “Chique é ser inteligente”, a revista adota uma linha editorial que expõe temas polêmicos sobre comportamento e denúncias de violação dos direitos humanos. Direcionada para mulheres adultas, não possui entretanto um público-alvo definido em termos de faixa etária ou estado civil. Isso faz com que as leitoras encontrem assuntos abrangentes nas seções de moda, beleza, saúde e turismo. Ainda integram a revista, depoimentos reais, crônicas e entrevistas com artistas”. (Fonte: Wikipédia – Enciclopédia Livre: http://pt.wikipedia.org/wiki/Marie_claire, acesso em 03 de março de 2007.

⁴ A Duloren é uma empresa líder de mercado em moda íntima do Brasil e foi fundada há 38 anos. Fonte: <http://www.duloren.com.br> < acesso em 03 de março de 2007.



Podemos observar que o quadro compositivo desta imagem tem o formato horizontal e não dispõe de moldura. O quadro é o campo espacial da imagem, e quando não aparece com nenhum tipo de forma demarcatória, como é o caso em questão, já traz consigo um tipo de significação, pois parece não ter fim. A moldura delimita, demarca, finaliza, enquanto que a imagem sangrada permite ao observador prolongar a narrativa até um fora-de-campo não visto, mas facilmente imaginável. A imagem sangrada incita continuidade, transformação, o que age diretamente na idéia de tempo. Além disso, a questão do formato é muito importante, pois é um elemento escalar, e é o responsável por marcar os limites do espaço físico da imagem. É, de acordo com Villafane, o primeiro fator condicionante das relações espaciais dos componentes de uma imagem, acentuadamente a forma, o tamanho e a localização. O formato é o primeiro fator que condiciona as relações espaciais dos componentes de uma imagem (Villafane, 2000).

Ao sabermos que o espaço percebido na imagem iconográfica é dado pela percepção do observador, ou seja, pela sua experiência de vida, podemos inferir que a composição das imagens acontece de acordo com as duas dimensões espaciais fundamentais que ordenam o nosso cotidiano: a horizontalidade e a verticalidade. De acordo com Villafañe, “qualquer elemento é mais estável se, se orienta sobre as

1 Trabalho apresentado ao GT de Jornalismo, do VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Passo Fundo/RS, 10 a 12 de maio de 2007.

2 Aluna do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Paraná



coordenadas espaciais básicas e suas diagonais regulares que em qualquer outra orientação” (2000, p.129). Vejamos que a imagem em questão se constrói basicamente sobre a horizontalidade das linhas que representam a água e os morros ao fundo, e verticalmente nas linhas que compõem o eixo de equilíbrio da mulher e da torre no centro da imagem. Contudo, algumas inclinações como os braços da mulher, a posição de sua cabeça, a perna do homem, o sentido inclinado das labaredas, bem como a inclinação das diferentes posições dos pássaros permitem que a imagem seja aportada de certa dinamicidade.

A dinamicidade de uma imagem depende de uma série de fatores que atuam em conjunto, mas certamente um deles diz respeito a posição dos objetos fora dos eixos mais estáveis (que são os horizontais e verticais) e a formação de inclinações, que aparecem ainda mais dinâmicas quando se deslocam das diagonais regulares da imagem, como é o caso da inclinação provocada pelo braço direito da mulher.

Nesse sentido, podemos destacar um outro ponto fundamental na composição das imagens que é a organização de seus elementos de modo a formar pontos focais e direções de leitura. Os pontos focais são aqueles locais em a imagem se encontra ‘concentrada’, e que através da manipulação da cor, da forma, do tamanho, entre outros elementos, criam certa atração do olhar. A principal característica deste ponto é a sua capacidade de produzir dinamismo, criando tensões na imagem. E para ‘unir’ estes pontos de atenção e para guiar o olhar do observador entram o papel da linhas e das direções de cena. De acordo com Villafane, as direções podem ser de cena ou de leitura. As direções de cena podem ser representadas ou induzidas. No caso das representadas são aquelas produzidas pela indicação de algum objeto na imagem como um braço estendido, e as induzidas podem ser o olhar de um personagem. Observemos na imagem em questão o principal ponto focal: a mulher. Podemos considerá-la ponto focal por vários motivos como seu tamanho acentuado, inclusive por existir certa desproporcionalidade entre seu tamanho e o tamanho da torre (em plano médio), a cor da sua pele clara e luminosa que se destaca dos demais tons vermelhos, amarelos e alaranjados, e com menor luminosidade, que compõem o quadro. O grande contraste de cor/luminosidade que aparece entre a mulher e o fundo certamente atuam em favor de enfocá-la.

Além disso, ela é ponto focal por estar em uma situação pouco esperada, ou inusitada, e isso causa tensão. Uma das condições para que um objeto representado seja

1 Trabalho apresentado ao GT de Jornalismo, do VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Passo Fundo/RS, 10 a 12 de maio de 2007.

2 Aluna do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Paraná



tensivo, e assim possa ser um foco, é a sua condição de estar fora da normalidade. No exemplo, temos um exemplo de uma situação que é do cotidiano íntimo das pessoas, e certamente é fora da normalidade ‘publicizar’ um momento íntimo como o que representa a mulher, pois ela parece estar fazendo um convite sensual ao outro personagem da narrativa.

Sendo a mulher o grande ponto focal da imagem, podemos perceber as direções que fazem a imagem ‘se movimentar’. As linhas formadas pelos seus cotovelo e joelho direito, formam direções de cena representadas por estes elementos citados. Eles guiam o olhar que sai do ponto focal para a chamada da publicidade que diz “Anjo não tem sexo. Então, qual é a vantagem?”. Também podemos ler direções de cena representadas pelas linhas dos pássaros que guiam o olhar novamente da chamada para a mulher. As labaredas do canto esquerdo da página também são direções que apontam para a chamada e a perna do homem é uma direção de cena representada que também leva ao ponto focal. Há também aqui duas direções de cena induzidas que são o olhar do homem que incide diretamente na mulher, e o olhar da mulher que incide para o lado esquerdo próximo ao homem, mas sem uma direção exata. Por fim, o joelho esquerdo da mulher conduz o olhar ao ‘ponto final’ da imagem, que é a marca localizada no canto inferior direito.

Observemos também como a organização dos elementos compositivos da imagem atuam na criação da idéia de tempo. A passagem do tempo é facilmente mostrada nas imagens televisivas ou cinematográficas porque o movimento aparente contido nestas imagens permite que se representem transformações no espaço e nos personagens. Já na imagem fixa, não existem transformações no espaço, pois um momento único é fixado e o espaço permanece estático. Nesse sentido, o tempo nas imagens fixas cria estratégias para se fazer ver e a principal delas é a criação do dinamismo, que, de acordo com Villafane, significa para as imagens fixas o equivalente ao movimento nas imagens como a televisão.

Na publicidade analisada, vamos observar a idéia de tempo em um grande número de fatores. Como havia dito anteriormente, na imagem fixa somente existe um espaço que não se transforma, mas este espaço invariável pode sempre ser dividido, hierarquizado, transformando-se em um conjunto de pequenos núcleos espaciais que trabalham com diferentes temporalidades. É o que acontece na imagem de Duloren, onde os três diferentes planos delineiam temporalidades distintas, gerando também

1 Trabalho apresentado ao GT de Jornalismo, do VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Passo Fundo/RS, 10 a 12 de maio de 2007.

2 Aluna do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Paraná



diferentes planos narrativos. A narrativa da mulher ‘dançando’ (ela está parada, mas a dinamicidade da imagem me permite inferir que esta ação é contínua, e isto produz idéia de tempo) em frente ao homem que a olha acontece em um espaço que pressupõe uma temporalidade. Em plano médio, a torre que queima em meio à água, e os pássaros voando em sua volta pressupõe outro núcleo espaço-temporal, e por fim, num lugar distante, os morros e o infinito do céu vermelho-alaranjado incitam ainda um outro par espaço-tempo.

Podemos inferir que quanto mais profunda for a imagem, maior é a noção de tempo, pois mais núcleos espaciais se criam. Além disso, a questão do formato da imagem também exerce certa influência. De acordo com Villafane, há certa diferença entre a noção de temporalidade criada nos dois formatos mais comuns, o horizontal e o vertical. Nossa imagem, em parte por ser horizontal traz consigo um espaço um pouco mais favorável à narratividade, pois tendo maior seu lado horizontal, parece aumentar o espaço para o desenvolvimento de uma seqüencialidade, o que acontece de forma menos evidente nos formatos verticais, onde a descrição é mais favorável. Essa não é uma idéia absoluta, pois a questão da narratividade depende de uma série de outros fatores que vão além do formato.

Retomando a questão das direções de cena e de leitura citadas anteriormente, podemos associá-las à profundidade e a produção da idéia de tempo. São as direções que permitem a interligação entre estes diferentes núcleos espaciais e que ajudam na criação da idéia de seqüencialidade presente nestas imagens, uma vez que, quanto mais as linhas se organizam de forma a movimentar a leitura, maior é a noção do tempo e o aumento de seu caráter narrativo. Assim, geralmente as imagens com menos profundidade são mais estáticas e descritivas.

A idéia de tempo também está criada nesta imagem através das relações de alguns de seus elementos morfológicos. Observando as chamas presentes na imagem, podemos ter perfeitamente a idéia de tempo devido a sua composição. A interação entre as linhas finas, e arredondadas, com os contrastes de cor e as direções em que tomam, permitiram a formação da ‘textura’ do fogo que muito realisticamente parece queimar, produzindo o efeito de transformação. Porque a representação deste fogo faz com que se tenha uma idéia de processo com um antes (a torre não queimada), um durante (a torre pegando fogo) e um depois (nada talvez, um monte de cinzas). Isso porque a percepção daquilo que vemos nas imagens acontece devido a nossas experiências pessoais. A

1 Trabalho apresentado ao GT de Jornalismo, do VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Passo Fundo/RS, 10 a 12 de maio de 2007.

2 Aluna do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Paraná



sensação de textura só é possível devido a esta experiência, pois só sabemos que o fogo é quente, que ele tem esta coloração e que queima porque algum dia tivemos contato com ele.

Concordo com Joly quando afirma que “a percepção visual que se considera fria, porque supõe um distanciamento do espectador, é ‘aquecida’, seria possível dizer tornada mais sensual, pela textura de representação que já solicita uma percepção tátil” (2003, p.102). É o que acontece com as chamas, assim como com a água, com o céu e até com a pele. A textura formada pelas linhas e pelo contraste de cores que forma a água e o céu, além de criar certa sensação sinestésica, também contribuem para a idéia da temporalidade, pois incitam certo movimento de transformação – o céu parece vir ao encontro de quem olha e a água que parece se mexer delicadamente. Os pássaros também, devido às linhas inclinadas e à localização no quadro, parecem voar em diferentes direções.

Esta imagem, apesar de fixa, não é uma imagem do infinitivo, mas do gerúndio, da mulher dançando, do fogo queimando, do homem olhando, dos pássaros voando, etc. É assim que observamos suas características de narratividade, e logo, seu caráter dinâmico.

De acordo com Villafane, outro elemento responsável pela produção da idéia de temporalidade nas imagens (seqüenciais ou fixas) é o ritmo. O ritmo é um elemento dinâmico de natureza temporal e circula nas imagens através dos elementos espaciais. Como nas imagens fixas não existem diversos marcos espaciais que se relacionem entre si, formando uma estrutura rítmica, o ritmo se mostra através das relações entre os elementos internos do único espaço fixo existente. Dentro da imagem, qualquer um dos elementos morfológicos tem potencialidade para criar ritmo. De acordo com Villafane, o ritmo como elemento dinâmico só pode ser percebido intelectualmente, pois se trata de uma abstração que tem relação com as nossas experiências anteriores.

A textura é um elemento potencialmente produtor de ritmos e na imagem em questão, a textura da água, do céu e das chamas o fazem. A textura da água é composta por uma série de elementos que se repetem de forma mais ou menos regular, criando a sensação de ritmo e logo, de dinamismo. Os céus e as chamas também são constituídos de elementos semelhantes que se organizam de forma menos regular, criando um ritmo um pouco mais dinâmico ou acelerado. Também as formas, as curvas e a posição do corpo da mulher permitem a sensação de um movimento rítmico.

1 Trabalho apresentado ao GT de Jornalismo, do VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Passo Fundo/RS, 10 a 12 de maio de 2007.

2 Aluna do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Paraná



Uma outra questão a ser abordada, que na verdade, perpassa grande parte do trabalho, é a produção das tensões que dinamizam a imagem. As tensões são criadas por diferentes aspectos na composição como é o caso das tensões criadas pela localização ou orientação dos objetos fora das dimensões regulares, ou a criação da tensão através da representação de situações não esperadas, ou seja, fora da normalidade, como foi o exemplo já citado da certa anormalidade da mulher dançar sensualmente, expondo suas intimidades. No mesmo sentido, cria tensão a representação da torre dentro de um rio (o que não é impossível, mas no mínimo pouco comum). Também é tensiva a localização da torre, que levemente deslocada do centro da imagem, causa tensão por deixar o observador em dúvida se está ou não no centro. Segundo Villafane, “a zona central de uma imagem é, logicamente, a de máxima atração visual, já que já que coincide com seu centro geométrico, assim mesmo, é uma localização estável para qualquer elemento, ao passar por ela todas as orientações principais do quadro” (Villafane, 200, p.185). Por isso seu pequeno deslocamento é um potencial criador tensivo.

O fogo também é um nato causador de tensão nato, uma vez que destrói coisas, queima e mata pessoas. Veja que na imagem, o fogo está colocado sobrepondo ou sobreposto a partes do corpo dos personagens. Nesse sentido, o efeito de profundidade é fundamental, uma vez que se não fosse esse efeito, o fogo pareceria estar queimando os personagens. Nesse sentido, a cor é fundamental para a percepção do fogo como realista. A cor é um dos elementos morfológicos mais importantes na produção da dinamicidade na imagem. É através dos contrastes que cria diferenças e idéia de transformação. Outro causador de tensão é a cor do céu, que em certas ocasiões, dependendo das condições climáticas até adquire tons de laranja, vermelho ou rosa, mas na realidade jamais fica da cor aqui mostrada.

Aponto também como fator tensivo as proporções utilizadas na imagem. A escala, o tamanho e as proporções são elementos dinâmicos que em conjunto relacionam os demais elementos da composição. Existe certa escala de planos que regula o efeito de profundidade na imagem, resultando nos planos da qual me referi o tempo todo neste trabalho: plano próximo, plano médio e plano afastado. De acordo com esta caracterização proposta por Vilches, os elementos que se localizam na parte inferior da tela, em tamanho maior, são os de primeiro plano; os que se situam na parte superior, em tamanho menor, estariam em plano afastado; e os elementos em tamanho médio, no centro da tela, estariam no plano intermediário. Esta fórmula nada mais é do

1 Trabalho apresentado ao GT de Jornalismo, do VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Passo Fundo/RS, 10 a 12 de maio de 2007.

2 Aluna do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Paraná



que a representação mais próxima do modo pelo qual nosso olho enxerga a realidade. Obedecendo a esta fórmula, a composição obtém uma relação perfeita entre tamanho e proporções. Quando se modifica este princípio, produzimos tensões e é o que acontece no anúncio analisado. A mulher em primeiro plano é um foco tensivo, pois ocupa toda a extensão vertical do lado direito (ainda ficando sangrada). Também o tamanho da torre causa tensão, pois é um elemento de plano médio com um tamanho que vai até a superfície da imagem. Do mesmo modo, o plano afastado causa tensão, pois a linha que divide os planos médio e afastado está pouco abaixo do centro horizontal da imagem.

Outra questão fundamental a ser examinada na composição da imagem é o equilíbrio. Afirma Villafane que “em uma composição equilibrada todos os fatores do tipo da forma, a direção e a localização se determinam mutuamente de tal modo que não parece possível nenhuma mudança, e o todo assume um caráter de – necessidade – em cada uma de suas partes” (2000, p.181/182). Já quando o equilíbrio é imperfeito, a composição parece de certa forma, inacabada e produz a sensação de que qualquer parte da imagem pode ser retirada ou mudada de posição.

Assim, existem dois tipos de equilíbrio em uma imagem: o estático e o dinâmico. O equilíbrio estático é caracterizado por técnicas compositivas como a simetria, a repetição de elementos ou de series de elementos, e a modulação do espaço em unidades regulares. Já o equilíbrio dinâmico está fundamentalmente baseado na hierarquização do espaço plástico, na diversidade de elementos e relações plásticas e no contraste.

Na publicidade em análise, observamos a presença de um equilíbrio dinâmico. Podemos chegar a esta conclusão observando o que temos e o que não temos nesta imagem. Por exemplo, não temos um espaço plástico dividido em unidade regulares, muito pelo contrário, temos três núcleos espaciais fortemente hierarquizados: o tamanho da mulher em primeiro plano, juntamente com o seu destaque de contraste acentua o primeiro plano como principal (note que é uma constatação lógica para uma publicidade, pois o plano mais importante é onde se encontra o produto, apesar do anúncio estar vendendo mais fortemente os valores da marca). Em plano médio a torre tem menos destaque que a mulher e o homem (apesar de estar no centro) mas tem muito mais destaque que o plano afastado. Assim, esse espaço plástico é hierarquizado e não dividido em unidade regulares, ou seja, é constituído de zonas que têm maior e menor valor atrativo.

1 Trabalho apresentado ao GT de Jornalismo, do VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Passo Fundo/RS, 10 a 12 de maio de 2007.

2 Aluna do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Paraná



Em segundo lugar, temos na imagem uma grande diversidade de elementos e relações plásticas, na qual algumas foram citadas ao longo deste trabalho, como a formação das texturas, dos ritmos, as sensações de cor, as formas, linhas, direções, entre outros. Podemos perceber também algumas características com algum grau de simetria, como a torre mais ou menos no centro divide o espaço das águas e do céu de forma semelhante, mas as cores, contrastes e formas diferentemente organizados não permitem dizer que esta imagem é simétrica.

Além disso, não podemos falar de equilíbrio sem levarmos em consideração o peso visual dos objetos. O peso visual é o que faz referência ao valor da atividade plástica de um elemento na composição. De acordo com Villafane, este valor não é estável e varia de acordo com a localização, com o tamanho, forma, cor entre outros elementos.

Como uma superfície do quadro é composta por zonas de diferentes estabilidades, o peso visual de um elemento é maior nas zonas de menor estabilidade e menor nas zonas mais estáveis. Isso quer dizer que o peso visual de um elemento pode variar de acordo com a zona em que estiver localizado. Mas o que não podemos esquecer é que outros fatores também influenciam na questão do peso visual e que nem sempre a localização será o fator determinante para a questão do peso. Assim, a localização pode influenciar fortemente, ou pode às vezes causar somente pequenas diferenças qualitativas, dependendo do contexto em que o elemento se insere.

O tamanho dos elementos também altera seu peso visual. “As pequenas diferenças qualitativas causadas pela localização podem ser compensadas e superadas ao aumentar, por exemplo, o tamanho de um elemento” (Villafane, 2000, p.188). A forma e a cor também podem atuar da mesma maneira que o tamanho compensando diferenças proporcionadas pela localização ou pelo próprio tamanho. Cores e formas são utilizadas também para criar diferenças.

Na publicidade de Duloren, há uma compensação entre os pesos visuais dos elementos. A mulher, devido a seu tamanho/proporção e também devido ao contraste produzido pela cor de sua pele e pela luminosidade possui o maior peso visual da imagem (o fato dela ter grande peso visual é um dos fatores pela qual é uma região de foco, como foi falado anteriormente). Contudo está localizada no espaço de maior instabilidade do quadro, que é o lado direito, de fato necessitando ter um peso maior para conseguir o equilíbrio. No caso dos formatos horizontais, a esquerda do quadrado

1 Trabalho apresentado ao GT de Jornalismo, do VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Passo Fundo/RS, 10 a 12 de maio de 2007.

2 Aluna do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Paraná



possui uma maior estabilidade, exigindo portanto um maior peso visual dos elementos no lado direito. Segundo Villafane, existe uma zona de máxima estabilidade que coincide com o quadrante inferior esquerdo, isso faz com que a imagem não necessite ser tão pesada neste local.

Além disso, a imagem também se equilibra em função de um fenômeno chamado por Villafane de ‘anistropia do espaço’. Este fenômeno nos diz que a metade superior e a metade inferior de uma imagem não possuem o mesmo peso visual, ou seja, a parte superior pesa mais devido a questão da gravidade. Assim, podemos notar que a parte mais pesada de fato está localizada na parte inferior da imagem – todo o contingente da água e o chão onde ambos os personagens estão apoiados. Aqui as cores e as formas colaboram fundamentalmente na questão do peso visual. Observe a diferença entre a água, de cor e luminosidade mais escura parece mais dura e comprimida com relação ao céu, de tons que misturam o vermelho, com o laranja e um pouco de preto, mas a invasão do branco e a incidência de luminosidades criam formas arredondadas e uma sensação de expansão e de maciez. Assim, o céu, mesmo escurecido, parece pesar menos que a água.

O isolamento, de acordo com Villafane, é provavelmente o item que mais afeta o peso visual, pois um elemento isolado maior parece se equilibrar com um grupo de elementos menores. Podemos observar que o texto verbal (a chamada do anúncio) se encontra isolado do restante na parte superior esquerda, fato que também auxilia na compensação do peso da representação da mulher.

A imagem tem um objetivo ao ser composta, e as direções de cena são fundamentais nesse sentido. “É evidente que são as direções de cena são as responsáveis pelas de leitura, e estas, por sua vez, constituem em muitas imagens o mecanismo de que depende a objetivação da ordem compositiva dos elementos plásticos” (Villafane, p.145).

No início deste trabalho, afirmei que a narrativa do anúncio de Duloren apresentava indicativos de que os seus elementos internos trabalhavam de forma unida e sincronizada, resultando em uma unidade de significação. Acredito que agora já se possa compreender o porquê desta afirmativa, uma vez que através da análise realizada vimos que o anúncio está composto por elementos que se ajustam e se completam formando uma unidade de sentido. As cores quentes, as texturas, linhas e formas e direções estão todas colaborando para a criação da idéia central do anúncio que gira em

1 Trabalho apresentado ao GT de Jornalismo, do VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Passo Fundo/RS, 10 a 12 de maio de 2007.

2 Aluna do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Paraná



torno da temática do pecado, sensualidade, inferno, ou seja, do universo de sentidos que percorre os valores atribuídos à narrativa.

A composição de equilíbrio dinâmico consegue com facilidade atrair o leitor e movimentar seu olhar no andamento da narrativa e percorre uma trama de idéias que estrutura a valorização da marca Duloren. Por fim, podemos afirmar, o que podemos observar neste anúncio, que a composição das imagens sistematicamente organiza e dirige seus processos de leitura e de significação.

Bibliografia

ARNHEIN, Rudolf. **Arte e Percepção visual. Uma Psicologia da Visão Criadora.** São Paulo: Pioneira, 1974.

AUMONT, Jacques. **A imagem.** Campinas, SP: Papyrus, 1993.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem visual.** São Paulo: Martins Fontes, 1997.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma.** São Paulo: Escrituras Editora, 2003.

GRUPO IMAGEM. Grupo de estudos sobre imagem. Orient: Adair Caetano Peruzzolo. Santa Maria: UFSM, 2002-2007.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem.** São Paulo: Papyrus, 2003.
Madrid: Cátedra, 1999.

METZ, C., PÉNINOU, G. et al. **A análise das imagens.** Petrópolis: Vozes, 1973.

PERUZZOLO, Adair C. **Elementos da semiótica da Comunicação.** São Paulo: Edusc, 2004.

ROCHA, Everardo P. Guimarães. **Magia e Capitalismo.** Um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 1995.

SABORIT, Jose. **La imagen publicitaria em television.** Madrid: Cátedra, 1994.

VILCHES, Lorenzo. **La Lectura de la Imagem.** 2. ed. Barcelona, Es: Paidós, 1988.

VILLAFANE, Justo **Introducción a la teoria de la imagen.** Madrid: Ed. Pirámide, 2000.

Wikipédia – Enciclopédia Livre < http://pt.wikipedia.org/wiki/Marie_claire < acesso em 03 de março de 2007, às 20h30min.

Publicidade Duloren < <http://www.duloren.com.br> < acesso em 03 de março de 2007, às 20h30min.

1 Trabalho apresentado ao GT de Jornalismo, do VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Passo Fundo/RS, 10 a 12 de maio de 2007.

2 Aluna do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Paraná