

Entre a realidade e o engano: as anamorfoses na comunicação visual¹

HELENA FERREIRA

Resumo

O presente artigo visa refletir sobre a utilização das anamorfoses no contexto da comunicação gráfica e visual começando por apresentar uma breve evolução da anamorfose na comunicação visual, desde a sua origem até à atualidade, através da análise de alguns exemplos históricos e contemporâneos de representações anamórficas utilizadas na arte e no design. Trata-se de uma reflexão sobre as potencialidades do mecanismo da anamorfose enquanto veículo de comunicação visual baseada no jogo perceptivo entre a realidade e o engano. Desta forma, propõem-se a possibilidade deste mecanismo perceptivo se enquadrar numa história mais abrangente, a história da visualidade.

Palavras-chave:
Anamorfose, design,
comunicação visual

Between reality and deception: the anamorphosis in visual communication

HELENA FERREIRA

Abstract

This article aims to reflect on the use of anamorphosis in the context of the graphic and visual communication by presenting a brief evolution of anamorphosis in visual communication, from its origin to the present time, through the analysis of historical and contemporary examples of anamorphic representations used in art and design. This is a reflection on the potential of the mechanism of anamorphosis as a vehicle of visual communication based on perceptive game between reality and deception. Thus, we propose the possibility of this perceptual mechanism to fit in a more comprehensive history, the history of visuality.

Keywords:
Anamorphosis, design,
visual communication

Entre la realidad y el engaño: las anamorfoses en la comunicación visual

HELENA FERREIRA

Resumo

Este artigo tiene en vista reflexionar acerca de la utilización de las anamorfoses en el contexto de la comunicación gráfica y visual, empezando por presentar una breve evolución de la anamorfose en la comunicación visual, desde su origen asta la actualidad, a traves de la análise de algunos exemplos históricos y contemporâneos de representaciones anamórficas utilizadas en la arte y diseño. Es una reflexión acerca de las potencialidades del mecanismo de la anamorfose enquanto medio de comunicación visual basada en el juego perceptivo entre la realidad y el engaño. De esta manera, se propone la posibilidad de encaje de tal mecanismo en una historia mas amplia, la historia de la visualidad.

Palabras clave:
Anamorfose, diseño,
comunicación visual

Introdução

A comunicação visual recorre a técnicas que permitem simplificar o conteúdo da mensagem para que possam ser mais facilmente compreendidas. Quer os artistas quer os designers tomam opções subjetivas sobre aquilo que consideram ser mais importante na transmissão de uma mensagem visual, mas tais opções não são necessariamente arbitrárias. As imagens anamórficas são exemplo disso pois potenciam a interpretação de inúmeros significados. Cremos que a opção por esta técnica por parte de artistas ou designers, se relaciona com as características perceptivas que lhe são inerentes, a saber, a possibilidade de explorar os campos da fenomenologia e da percepção visual na leitura de uma representação visual. Para além de que permite, ainda, gerar a possibilidade de relacionar o espectador com a obra e com o espaço que o rodeia, promovendo uma experiência ativa do espectador com a obra de arte ou com o produto de design que se encontra diante de si.

Partindo do princípio de que, quer na arte quer no design, as produções visuais têm como objectivo último a comunicação, implícita ou explícita, de um dado assunto, iremos começar por abordar historicamente a origem da anamorfose e os seus princípios geométricos, para compreender os aspectos conceptuais e perceptuais desta técnica e de que modo foram e são utilizados pelos artistas visuais.

Entre o visível e o invisível

O termo anamorfose tem a sua origem na palavra grega *ανὰμόρφωση* em que *aná* significa “nova” e *morphê* significa “forma”, ou seja “nova forma”, ou “transformação da forma”,

ou ainda “reversão da forma”. Segundo a definição que podemos encontrar no dicionário Houaiss de Língua Portuguesa a anamorfose é:

[...] representação de figura (objeto, cena, etc.) de tal forma que, quando observada frontalmente, parece distorcida ou mesmo irreconhecível, tornando-se legível quando vista de um determinado ângulo, a certa distância, ou ainda com o uso de lentes especiais ou de um espelho curvo. [Do grego], anamorf(o)- + -ose. anamórphosis ‘formado de novo’. (HOUAISS e VILLAR, 2003, p. 264)

A anamorfose é portanto a deformação reversível de uma imagem em que através do recurso a instrumentos ópticos, como espelhos curvos ou através do deslocamento do observador para um determinado ângulo, a imagem se torna reconhecível. Segundo Jurgis Baltrušaitis², a anamorfose não é mais do que uma técnica de deformação de imagens, que se forem vistas de um ponto de vista não têm qualquer semelhança com a realidade, mas se vistas de um outro ponto de vista privilegiado, tornam-se reconhecíveis, é uma evasão da imagem que implica um retorno (BALTRUŠAITIS, 1984, p. 7). Por este motivo Baltrušaitis refere que as anamorfozes são jogos de ilusão ótica perversos daí o termo que dá àquelas perspectivas que distorcem as imagens, as “perspectivas depravadas” (BALTRUŠAITIS, 1984).

Existem dois tipos de anamorfozes: as óticas e as **catóptricas**³. Em cada uma destas tipologias podemos encontrar dois subtipos: as **bidimensionais** (curvas ou planas) e as **tridimensionais**. A Anamorfose ótica requer que o espectador se coloque diante da imagem segundo um ponto de vista preciso, o “olho sublime” ou “olho príncipe” (TRINDADE, 2008, p. 336), em vez de se colocar em frente a esta, portanto, o reconhecimento do seu significado ocorre no mesmo plano da imagem deformada (*anamorfose ótica plana*). A anamorfose catóptrica requer que a imagem seja vista refletida num espelho cônico, cilíndrico ou piramidal, côncavo ou convexo. As imagens reconstituídas segundo e sobre estas “próteses” foram inicialmente reproduzidas de acordo com o princípio de refletância em que o ângulo de incidência do raios luminosos é igual ao ângulo de reflexão, assim a curvatura da superfície especular deve obedecer às resoluções geométricas que determinaram as imagens distorcidas para que estas possam vir a ser reconhecíveis. Em suma, aquilo que distingue a anamorfose ótica da anamorfose catóptrica é que a primei-

ra é produzida segundo os princípios da projeção central (Figuras 1, 2 e 3) e a segunda é produzida pelos princípios de refletância, como acabámos de referir (Figuras 4 e 5).

As anamorfoses óticas foram descobertas e exploradas muito antes das anamorfoses catóptricas e, segundo Baltrušaitis, haviam sido já amplamente trabalhadas, na prática e em teoria, desde os séculos XV e XVI, por estudiosos como Albrecht Dürer através dos seus estudos sobre as proporções e deformações do corpo humano e das formas geométricas; Erhard Schön através dos “Vexierbild”⁴ cujas composições anamórficas escondiam mensagens secretas (Figura 1); Leonardo da Vinci no seu tratado intitulado *Codex Atlanticus* (Figura 2); e Piero della Francesca com os seus escritos no tratado *De Prospectiva Pingendi* (*Sobre a Perspectiva dos Pintores* datada de 1475), cuja *Construzione Legittima* esteve, ainda que implicitamente, na base das construções anamórficas planas. O método da diagonal do quadrado e do trapézio,



Figura 1
Erhard Schön, Vexierbild - Figuras Anamórficas em Paisagem. c.1525. Exemplo de uma anamorfose ótica plana. Composição anamórfica representando os retratos de Carlos V, Fernando I, Paulo III, Francisco I. À esquerda a imagem que se assemelha a uma paisagem, vista de um ponto de vista frontal ao quadro; à direita, a imagem transformada segundo um ponto de vista oblíquo ao quadro e revelando os retratos. Fonte: Martin Kemp, *The Science of Art...* p. 209.

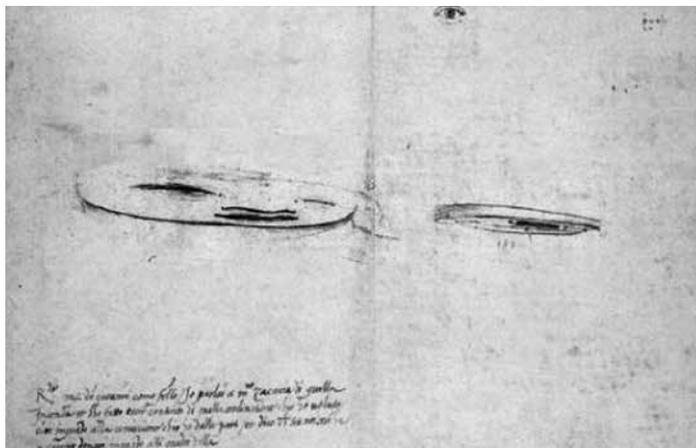


Figura 2
Leonardo Da Vinci. *Codex Atlanticus*, 1485. Exemplo de uma anamorfose ótica plana. Estudo de figuras anamórficas: rosto de criança e olho humano. Fonte: Jurgis Baltrušaitis, *Les Perspectives Dépravées...*, p.47.



3b

Figura 3 a) e b)
Hans Holbein.

Os Embaixadores, 1533.

Exemplo de uma anamorfose ótica plana. À esquerda a imagem do quadro; à direita o pormenor da caveira, que apenas pode ser reconhecida a partir do “ponto sublime”. Fonte: <<http://www.nationalgallery.org.uk/paintings/hans-holbein-the-younger-the-ambassadors>>.

dos *tiers points*, da intersecção da pirâmide visual ou mesmo dos pontos de distância serviram igualmente de base para a construção das anamorfoses planas.

Mas aquela que foi considerada como a primeira obra que se tornou no ícone da representação anamórfica foi o quadro de Hans Holbein, “Os Embaixadores” (Figura 3) produzido em 1533. A carga simbólica desta obra apenas veio a ser descoberta mais tarde, pelo próprio Baltrušaitis, em que este revela finalmente a riqueza simbólica da obra, desvelando o significado da imagem que se encontra em primeiro plano. Se o observador se colocar de frente para o quadro este fica diante de uma imagem pictórica que representa o mundo sensível através dos elementos simbólicos e culturais reconhecíveis, mas deslocando a sua posição para a sua esquerda e observando obliquamente o quadro, a imagem disforme que se encontra em primeiro plano é revelada segundo uma caveira que olha o espectador de volta. A caveira é um dos elementos característicos para simbolizar a *vanitas*, isto é a vaidade humana, cuja expressão artística remonta à séculos e se refere à relação de conflito e de angústia que o homem tem com a morte.

Nesta obra, graças à geometria projetiva e através da anamorfose, verifica-se a introdução do olhar enviesado ou do olhar de perfil no campo visual do observador, razão pela qual, Baltrušaitis explicita o conteúdo simbólico do quadro. Os objetos culturais e científicos (como o astrolábio, livros, cartas geográficas, compasso entre outros, a que Baltrušaitis chama de “formas racionais”) reportam às artes liberais, (a aritmética, a geometria, a astronomia e a música) e representam a glorificação do conhecimento humano. Mas, o artista coloca em primeiro plano a imagem disforme de uma caveira, com o intuito de recordar que o homem deve recorrer à verdade teológica para que esta se sobreponha à vaidade e à fragilidade das aparências (BALTRUŠAITIS, 1984, p. 128-131). Isto é, não só a caveira serve para simbolizar o triunfo da morte sobre o conhecimento humano como também se opõe ao universo racional apresentando-se como um símbolo da vaidade das ciências humanas, vaidade essa que confronta o espectador, mais uma vez relembrando-o da sua fragilidade terrena (cf. KEMP, 1990, p. 209).

Se até ao século XVII o desenvolvimento da perspectiva segundo regras geométricas serviu para motivar os estudiosos para a descoberta de meios científicos de representação do real, a partir desse século os avanços no desenvolvimento da representação perspéctica demonstraram também que a mesma técnica poderia não só servir para representar o real, como



4a



4b

também o disforme, o aberrante, o irreal. Por outro, lado, é no Barroco que se verifica a utilização da anamorfose nos *trompe-l'oeil*, para exposição pública em espaços arquitectónicos. O conceito de *trompe-l'oeil* significa, na sua essência, um determinado tipo de representação normalmente figurativa que procura simular a tridimensionalidade de um espaço sendo que dentro desta técnica existem dois efeitos ilusórios principais, a sugestão de ***evasão espacial*** e a sugestão de ***invasão espacial*** (TRINDADE, 2008, p. 299). A primeira refere-se à ilusão ótica do prolongamento do espaço e do afastamento dos elementos em relação ao espectador, a segunda refere-se à ilusão ótica gerada pela sugestão de aproximação dos elementos figurativos em relação ao observador. Podemos ver um exemplo de *evasão espacial* nos frescos da cúpula e abóbada da Igreja de Santo Inácio (1691-1694), em Roma, da autoria de Andrea Pozzo (Figura 4a e 4b), cujas figuras e elementos geométricos dão a sugestão de espaço infinito em direção ao céu. Como exemplo de *invasão espacial* podemos considerar a obra já referida de Hans Holbein, em que a representação

Figura 4 a) e b)
 Andrea Pozzo. Trompe l'oeil
 curvo da abóbada cilíndrica da
 igreja de Santo Inácio em Roma,
 c.1691-94.
 Exemplo de uma anamorfose
 ótica bidimensional curva, visto
 de dois ângulos diferentes.

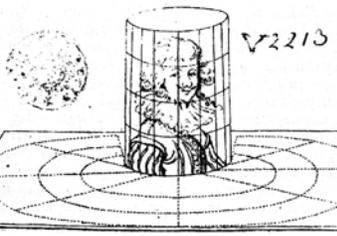


Figura 5
Jean-Louis Vaulezard.
Espelho anamórfico com retrato
de Luís XIII, 1630.
Exemplo de anamorfose
catóptrica plana. Fonte: Jurgis
Baltrusaitis, *Les Perspectives
Dépravées...*, p. 205.

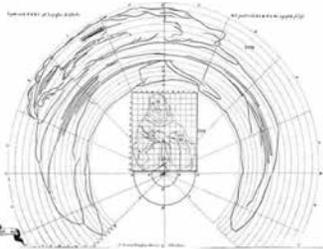


Figura 6
Jean Nicéron. Grelha para o
estudo de uma anamorfose
cilíndrica, 1638.
Estudo para uma anamorfose
catóptrica plana. Fonte: Kirsti
Andersen, *The Geometry of an
Art...*, p. 457.

geométrica do espaço juntamente com a imagem da caveira distorcida em primeiro plano, que apenas é revelada se o observador se deslocar para a sua esquerda, sugerem uma proximidade física e psicológica do observador com a obra.

A segunda tipologia, a *anamorfose catóptrica*, como já referimos, refere-se a uma imagem deformada que apenas pode ser reconstituída, através da lei da reflexão, com recurso a instrumentos especulares como os espelhos curvos cilíndricos ou cônicos, ou ainda espelhos piramidais ou prismáticos. Crê-se que esta tipologia de anamorfose terá sido desenvolvida e trazida da China para a Europa através de missionários jesuítas por volta do século XVII, sendo que as construções anamórficas chinesas se baseavam na tentativa e erro não existindo quaisquer métodos geométricos rigorosos, questão mais tarde resolvida pelos europeus (cf. BALTRUŠAITIS, 1984, pp. 229-233; cf. ANDERSEN, 2007, p. 413). Dos primeiros teóricos ocidentais a explorar esta técnica salientamos Jean-Louis Vaulezard e Jean François Nicéron cujos tratados, respectivamente, “*Perspective Cylindrique et Conique*” (1630) e “*La Perspective Curieuse*” (1638), explicam detalhadamente o processo para a construção destas imagens (cf. TRINDADE, 2008; cf. ANDERSEN, 2007; cf. BALTRUŠAITIS, 1984).

Os exemplos apresentados nas Figuras 5 e 6, pertencem ao universo das *anamorfoses catóptricas planas*. Como exemplo de uma *anamorfose catóptrica tridimensional*, apresentaremos adiante com os trabalhos de Felici Varini e de Jonty Hurwitz.

Já no século XX inúmeros artistas exploraram as anamorfozes, como M. C. Escher, Salvador Dali, René Magritte, Sol Lewitt, tendo igualmente sido amplamente utilizada no cinema e na arquitetura.

Concluindo esta breve passagem pela história da anamorfose e as suas tipologias, verificamos que a anamorfose, sendo um ramo da perspetiva cujo conceito principal é a representação do real, permite igualmente criar imagens irreais e disformes aos olhos do espectador.

A anamorfose, em suma, e em termos de metáfora, evoca também a fragilidade do mundo e o cansaço daquilo que é óbvio e reconhecível, mostrando que a perspetiva não tem apenas como objectivo criar imagens realistas ou próximas do real, mas também desfiguradas; representam também a metáfora da passagem do período estável do Renascimento para o período instável do Maneirismo. (TRINDADE, 2008, p. 338).

Por este motivo, foi por diversas vezes utilizado para transmitir informações secretas que apenas seriam decodificadas se o leitor tiver conhecimento do mecanismo de leitura. Por outro lado a ambiguidade imagética que a anamorfose proporciona ao espectador, provoca um jogo entre a diferença e a semelhança, entre o real e o verosímil, entre a realidade e o engano.

O efeito desta ambiguidade imagética provoca no espectador a ideia de falsa realidade, que por sua vez o faz questionar sobre as categorias ontológicas que tem como adquiridas através do confronto com uma experiência perceptiva que o obriga a tentar distinguir entre o que é fictício e o que é real, entre o verdadeiro e o falso. Partindo deste princípio iremos agora compreender de que modo alguns artistas e designers contemporâneos utilizam a técnica e o conceito subjacente à anamorfose, para expressar as suas ideias ou transmitir conteúdos visuais para o público em geral.

A anamorfose na contemporaneidade

A anamorfose, como vimos é na sua génese, definição e conceptualização uma técnica de comunicação visual que tem vindo a evoluir ao longo dos tempos e tem sido aplicado em diversos domínios dos meios de comunicação televisivo e digital (são disso exemplos os painéis publicitários anamórficos que encontramos nos jogos de futebol transmitidos pela televisão), mas sobretudo podemos encontrar representações anamórficas frequentemente no nosso dia-a-dia na propaganda, na sinalização rodoviária, na cenografia, em intervenções urbanísticas, no design de interiores, etc.

Se a comunicação é a troca de informação através de um receptor e de um emissor, a comunicação visual é tudo aquilo que está ao alcance dos nossos olhos, expresso por meio de signos visuais, símbolos ou imagens. Assim consideramos a anamorfose como uma categoria da comunicação visual que, recorrendo ao grafismo imagético e a técnicas ilusionistas, permite a troca de mensagens entre as partes envolvidas.

Aquilo que nos interessa refletir neste artigo é o modo como os artistas visuais contemporâneos se apropriam do mecanismo da anamorfose e analisar o porquê da escolha desse mecanismo para melhor representar a/s sua/s ideia/s, sendo que a opção tomada quer em relação às obras aqui referenciadas quer em relação aos autores, baseou-se no critério de seleção daqueles



Figura 7 a) e b)
 Felici Varini. *Huit Rectangles*,
 2007. Musée des Beaux-Arts,
 Arras, France.
 Exemplo de anamorfose ótica
 tridimensional. À esquerda,
 vista do ponto sublime; à
 direita vista de outro ponto de
 vista. Fonte: <<http://www.varini.org/ozindc/3oindcbo7.html>>.

que, para nós, melhor exemplificam a ideia de *tridimensionalidade*, *espaço público* e transposição para uma *outra realidade*.

Os exemplos históricos anteriormente referidos fazem parte de um universo ainda de descoberta sobre o mecanismo da anamorfose, apesar de terem já significações muito acentuadas na sua expressão artística. Atualmente podemos encontrar obras de arte que exploram os limites da percepção visual e, conseqüentemente, da arte contemporânea.

Um dos autores que brilhantemente explora a percepção do espaço é o artista plástico Felici Varini (Figura 7a e 7b e Figura 8a e 8b), que com as suas pinturas tridimensionais joga com o espaço arquitetural, urbano ou paisagístico. Nos seus trabalhos, Varini rejeita a condição objetual da tela e do confinamento do atelier, para poder trabalhar no espaço público, seja ele a cidade, espaços abandonados, monumentos históricos, etc.

As pinturas de Varini têm um carácter de *site-specific* e traduzem o modo como o autor interpreta o espaço que o rodeia, utilizando para isso as teorias da perspectiva, e em particular da anamorfose, como forma de colocar o espectador no lugar de um participante ativo na recepção daquelas obras, sugerindo ao mesmo tempo a *invasão do espaço* do observador através daqueles elementos geométricos. Mais uma vez encontramos aqui bastante explícito a tradução de um conceito de interesse para o autor, aliado à técnica da anamorfose, que é na sua essência um meio de representação que depende do posicionamento do observador em relação à obra.

Um outro exemplo de utilização do processo da anamorfose é-nos apresentado por Joseph Egan, designer gráfico, cujo



8a



8b

trabalho que desenvolveu, como trabalho final para a conclusão da sua licenciatura no Chelsea College of Art & Design, é uma instalação em que relaciona o design tipográfico e a arquitetura através da utilização do processo de representação anamórfica, e inspirado em Felice Varini. *Anamorphic Typography* (Figura 9) é o nome da instalação em que se pode ler a frase *It's more than just print* que representa uma provocação para o facto do design gráfico poder sair da bidimensionalidade para se apresentar no espaço a três dimensões. *Anamorphic Typography* é, como o nome indica, uma tipografia anamórfica que vista de um determinado ponto de vista se apresenta como sendo uma frase representada num plano bidimensional, mas que saindo desse ponto de vista, o espectador apercebe-se do seu mecanismo ilusório pois a frase encontra-se projetada nas superfícies do espaço expositivo.

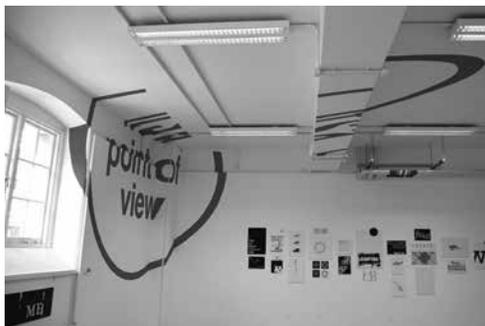
Numa outra instalação do mesmo autor, a escolha da frase *It's a point of view* (Figura 10) relaciona-se diretamente com o mecanismo de produção de imagens anamórficas, em que para que a imagem se torne legível o espectador deve colocar-se num determinado ponto de vista. O autor estabelece aqui uma relação direta entre o processo de criação de imagens anamórficas com o processo de criação de um produto de design, isto é a natureza subjetiva do design relaciona-se com aquilo que se encontra à sua volta, incluindo outros produtos de design, sendo que para tal o produto de design deve ser interpretado de acordo com um determinado ponto de vista e em relação ao contexto em que se insere, tal como a anamorfose (EGAN, 2010). Estas tipografias anamórficas, pelo modo como se apresentam no espaço, permi-

Figura 8 a) e b)
Felici Varini. *Cinq Ellipses Ouvertes*, 2009. Centre Pompidou, Metz.
Exemplo de anamorfose ótica tridimensional. À esquerda, vista do ponto sublime; à direita vista de outro ponto de vista. Fonte: <<http://www.varini.org/ozindc/32indcco9.html>>

9a



9b



10a



10b

Figura 9 a) e b)
Joseph Egan. *Anamorphic
Typography.*

Exemplo de anamorfose ótica tridimensional. À esquerda, vista do ponto sublime; à direita, vista de lado. Fonte: <<http://www.josephegan.co.uk/anamorphic-typography>>

Figura 10 a) e b)
Joseph Egan. *It's a point of view.*

Exemplo de anamorfose ótica tridimensional. À esquerda, vista do ponto sublime; à direita, vista de lado. Fonte: <<http://www.josephegan.co.uk/anamorphic-typography>>

tem ao espectador percorrer todo o local da obra, potenciando uma experiência imersiva e espacial daquele “objeto tipográfico”, que normalmente só poderia ser experienciado segundo uma forma bidimensional, como num poster, numa parede, num flyer, ou através de uma imagem digital.

Num outro contexto bem diferente destes, mas que também possibilita a participação do espectador na obra e o relacionamento desta com o espaço público, temos os exemplos dos artistas Edgard Müller e Julian Beever. Ambos os artistas produzem os seus trabalhos na via pública desafiando a percepção dos transeuntes, uma vez que apenas lhes é desvelada a imagem se se colocarem no ponto de vista rigidamente definido para a obtenção do efeito anamórfico. O observador pode também deambular pela pintura fazendo parte do cenário ilusório e tridimensional produzido pelos artistas. No exemplo de Edgard Müller (Figura 11) cremos que existem duas ques-



11b

tões essenciais que podem provocar uma certa estranheza ao observador: se por um lado a imagem representada invade o espaço do observador, por outro lado também sugere a evasão desse mesmo espaço, pela noção de profundidade bastante realista que o artista reproduz em grande parte das suas obras. O que nos leva ainda a integrar, no conceito da anamorfose, a ideia de constante confronto entre afastamento e proximidade provocados pela impressão visual da obra.

Os conteúdos destes trabalhos abrangem inúmeros temas, desde campanhas publicitárias (Figura 12) a questões políticas e sociais (Figura 13), em que a espetacularidade destes efeitos anamórficos têm grande sucesso na chamada de atenção dos transeuntes. Ambos os autores deixam a sua marca em ruas e calçadas um pouco por todo o mundo, cujos trabalhos são posteriormente disponibilizados através da internet, como forma de divulgar o seu trabalho. O anúncio publicitário para a Coca-Cola entre outros, realizado por Julian Beever (Figura 12) através das formas curiosas produzidas pela anamorfose, desperta o interesse do público segundo esta técnica ilusionista centenária, tornando-se assim um bom exemplo de comunicação visual contemporânea no âmbito do design publicitário. Segundo Robin Landa, um anúncio publicitário tem origem na constru-



Figura 11 a) e b)
Edgard Müller. *The Crevasse*, 2008. Festival of World Culture, Dun Laoghaire, Irlanda. Exemplo de anamorfose ótica plana. À esquerda, vista do ponto sublime; à direita, registro do processo de construção da imagem. Fonte: <http://www.metanamorph.com/index.php?site=project&cat_dir=3D-Pavement-Art&proj=The-Crevasse>



Figura 12
Julian Beever. Anúncio para
marca Coca-Cola, (?).
Exemplo de anamorfose ótica
plana. Fonte: <<http://www.julian-beever.net/images/phocagallery/gallery/coke-i.jpg>>



13a



13b

Figura 13 a) e b)
Julian Beever. *Make Poverty
History*, (2005).
Centro da cidade Edinburgh.
Exemplo de anamorfose ótica
plana. Trabalho encomendado
pelo Live8 para apoiar a campa-
nha de luta contra a pobreza e de
pressão sobre a cimeira dos G8
em Edinburgh. Fonte: <<http://www.julianbeever.net/images/phocagallery/gallery/globe-i.jpg>>

ção de uma mensagem específica com o objetivo de informar, persuadir, provocar, ou motivar em nome de uma marca (2001, p. 326), mas neste caso em particular, o objetivo principal foi *agarrar a atenção do espectador* pela espetacularidade e estranheza induzidas por este tipo de representação.

Um outro exemplo de anamorfose, agora no campo da escultura, é o trabalho de Jonty Hurwitz, artista plástico contemporâneo, que cria esculturas anamórficas que apenas podem ser vistas (ou reconhecidas) através da sua reflexão num espelho, pois de outra forma a aparência destas esculturas têm um aspecto totalmente abstrato (Figuras 14a e 14b). A tipologia que aqui nos estamos a referir é a *anamorfose catóptrica tridimensional*, que implica a utilização de instrumentos especulares para a visualização da imagem coesa no plano da superfície especular, mas cuja origem da imagem é um objecto tridimensional. Neste caso a escultura tem um duplo significado perceptivo, isto é, sem o cilindro espelhado, o objecto tem uma valência própria no universo da abstração⁵, mas observando a

14a



14b



Figura 14 a) e b)
Jonty Hurwitz. *Rejuvenation*,
2008. Copper and Chrome 60 x
60 x 45 cm.
Exemplo de anamorfose ca-
tóptrica tridimensional. Fonte:
<[http://www.jontyhurwitz.com/
rejuvenation](http://www.jontyhurwitz.com/rejuvenation)>

imagem reflectida no espelho, a escultura ganha uma dimensão realista e portanto reconhecível. Estes casos de *anamorfose catóptica cilíndrica ou cônica* têm ainda a particularidade de permitir ao observador a possibilidade deste poder disfrutar, simultaneamente, a imagem reflectida e da sua correspondente deformada (BALTRUŠAITIS, 1984, p. 184). Para a realização destes trabalhos em particular o autor refere a necessidade de utilizar *softwares* computacionais para a determinação das formas tridimensionais e abstractas que pretende esculpir, para que estas depois sejam legíveis na superfície especular e reconhecidas enquanto imagens realistas.

Ainda no seguimento das *anamorfoses catrópticas tridimensionais*, voltamos a referir um trabalho de Felici Varini (Figura 15), em que é utilizado uma superfície especular plana

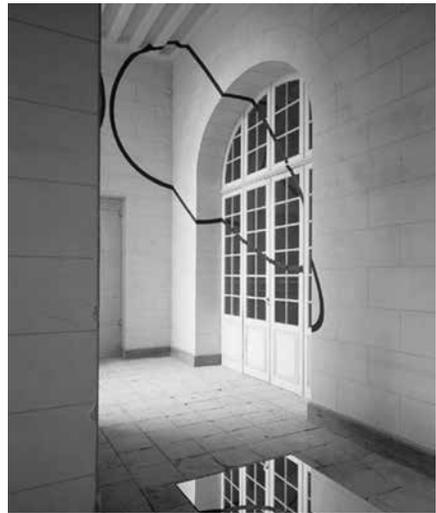


Figura 15 a) e b)
 Felici Varini. *Espace Nord-Ouest*,
 1989. *Cité des Sciences et de
 l'Industrie, Paris*.
 Exemplo de anamorfose
 catóptrica tridimensional.
 Fonte: <<http://www.varini.org/02indc/16indcb93.html>>

como instrumento revelador da imagem coesa, imagem essa composta pela tridimensionalidade do espaço que posteriormente é fixa bidimensionalmente na superfície especular revelando um elemento geométrico também ele plano: a elipse.

Abordando agora a anamorfose como possibilidade de transpor o espectador para outra realidade através de mecanismos perceptivos que potenciam formas de comunicação visual sensibilizadoras sobre questões sociais da atualidade. A comunicação visual tem o poder de transmitir informações para o público, despertar a atenção para um determinado conteúdo ou contexto, criar campanhas de sensibilização do público, desafiar o público a pensar e reavaliar as mais variadas questões que permeiam o nosso dia-a-dia, como questões sociais, políticas, económicas, de saúde, de educação.

Segundo Robin Landa (2001, p. 2), uma solução de design gráfico pode persuadir, informar, identificar, motivar, melhorar, organizar, despertar, envolver e transportar ou transmitir muitos níveis de significado, tendo ainda a capacidade, caso seja eficaz, de influenciar o comportamento dos indivíduos e a opinião pública.

Existem preocupações mundiais urgentes que beneficiam enormemente das habilidades especializadas de designers e que podem ser encaradas como “intervenções culturais”, que por sua vez se manifestam segundo campanhas de publicidade de serviço público (LANDA, 2001, p. 12). E portanto qualquer publicidade que serve o interesse público, tem como objetivo a educação e consciencialização de questões sociais

16a



16b



Figura 16 a) e b)
Amnistia Internacional. *It's not happening here but it's happening now.*

Exemplo de anamorfose ótica tridimensional. Campanha Publicitária para a Amnistia Internacional, produzida pela Agência de Publicidade Walker Werbeagentur. Fonte: <<http://www.walker.ag/en/2009/05/03/es-geschieht-nicht-hier-aber-jetzt-3/>>

significativas para que se efetuem alterações nas atitudes e comportamentos do público e assim estimular uma mudança social positiva (AD COUNCIL, 2013).

Inúmeras agências de publicidade produzem campanhas de serviço público que servem um leque variado de causas sociais e organizações sem fins lucrativos. Como exemplo de um produto de design de serviço público temos a campanha de publicidade produzida por uma agência suíça, Walker Werbeagentur, produzida para a Amnistia Internacional, uma organização sem fins lucrativos (Figura 16). Esta campanha internacional caracterizou-se pela expressão *It's not happening here but it's happening now* (apresentada em diversas línguas) através de *Outdoors* que retratavam questões de violação dos direitos humanos e que estavam a acontecer naquele momento por todo o mundo, mas não naquele lugar específico.

Este exemplo é bastante interessante pela conjugação e recriação do processo de anamorfose com a necessidade de consciencialização do público para uma situação que não se encontra presente. A ideia de que as imagens anamórficas nos transportam para uma outra realidade que não aquela que se encontra à primeira vista, encontra-se claramente relacionada com o conteúdo que se pretende transmitir. Esta campanha tomou como objectivo a sensibilização do público (sobretudo ocidental) para questões que não fazem parte do seu quotidiano, mas cujo cumprimento dos direitos humanos tomamos como garantido na sociedade em que vivemos. A utilização deste mecanismo de produção de imagens ilusórias foi

uma excelente escolha como ferramenta para explorar a nossa percepção visual e o campo fenomenológico da representação, bem como forma de provocação sobre questões tão delicadas como a violação dos direitos humanos e o alheamento do público ocidental em relação ao que se passa fora do seu país. A anamorfose abriga-nos a admitir que a realidade deve ser interpretada segundo diversos pontos de vista e que aquilo que nos parece adequado, ou correcto, é exactamente aquilo que é enganador (MELCHIOR-BONNET, 2001, p. 237).

Considerações finais

[...] as anamorfozes, se usadas com fins artísticos, passaram a ser, também, um instrumento poderoso de significação, levando à imbricação e sobreposição de conteúdos, permitindo explorar a ambiguidade e ambivalência de várias situações até da própria condição do ser, em sintonia com as preocupações político-filosóficas (...) (XAVIER, 1997, pp. 59-60).

Recuando às origens do desenvolvimento e evolução da anamorfose e suas aplicações nos vários domínios da comunicação visual, sobretudo no âmbito do design e das artes plásticas, procurámos explicitar, de acordo com exemplos históricos e contemporâneos, as várias categorias e subcategorias nas representações anamórficas: as anamorfozes óticas (planas e tridimensionais) e as anamorfozes catóptricas (planas e tridimensionais). A anamorfose tornou-se num dispositivo conceptual e gráfico bastante atraente para os artistas e para os designers, e conseqüentemente para os espectadores, pois convoca precisamente a possibilidade de produzir um engajamento entre o olhar do observador e a imagem observada. Por outro lado, ao contrário da perspectiva clássica — em que os raios visuais, emanados de um ponto de observação não restrito, definem o espaço pictórico cuja profundidade é definida por um ou vários pontos de fuga — o ponto de observação na anamorfose encontra-se restrito e invade o espaço perceptivo do observador provocando o questionamento sobre o que é verdadeiramente real. Neste sentido, verifica-se que o conceito de anamorfose manipula as leis da perspectiva e permite criar num mesmo ponto de vista duas imagens que competem entre si, sendo por isso um meio de comunicação visual, não só eficiente, como sobretudo um meio que desperta o nosso interesse na decifração da mensagem oculta e também pela

sua capacidade de pôr em causa aquilo que vemos num dado momento e contexto.

NOTAS

1. Artigo escrito conforme as normas do português lusitano.
2. Jurgis Baltrušaitis (1903-1988) tornou-se no primeiro historiador de arte a editar textos sobre as anamorfoses tendo prestado um grande contributo para a História da Arte com as suas investigações acerca das “perspectivas deformadoras”.
3. “(...) ramo da Física que estuda a luz reflectida (...); relativo a espelho (...)” (Houaiss e Villar, 2003, p. 848).
4. Significa “tábua secreta”, “quadro secreto” ou “imagem-puzzle”.
5. Baltrušaitis refere que a anamorfose se reveste também de uma *poética da abstracção*, sobre a qual é exercida um poderoso mecanismo de ilusão de ótica e uma filosofia da realidade fictícia. Tradução nossa do original: “ (...) il contient une poétique de l'abstraction, un mécanisme puissant de l'illusion optique et une philosophie de la réalité factice.” (Baltrušaitis, 1984, p. 7).

Referências

- AD COUNCIL. Inspiring Change, Improving Lives. 2013. Disponível em <URL: <http://www.adcouncil.org>>. Acesso em 2013-02-01.
- ANDERSEN, K. *The Geometry of an Art*. New York: Springer Science+Business Media, 2007.
- BALTRUŠAITIS, Jurgis. *Les Perspectives Dépravées: Anamorphoses*. Paris: Ed. Flammarion, 1984.
- EDGAR MUELLER. 2013. Disponível em URL: <<http://www.metanamorph.com/>>. Acesso em 02-01-2015.
- FELICI VARINI. 2013. Disponível em <URL: www.varini.org>. Acesso em 02-01-2015.
- HOUAISS, António; VILLAR, Mauro. Catóptrica. In *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Vol. 1. Lisboa: Temas & Debates, 2003, p. 848.
- _____. Anamorfose. In *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Vol. 1. Lisboa: Temas & Debates, 2003, p. 264.
- JONTY HURWITZ. 2013. Disponível em <URL: <http://www.jontyhurwitz.com/home>>. Acesso em 02-01-2015.
- JOSEPH EGAN. Anamorphic-Typography. In *Graphic Design, Art Direction & Typography*, 2013. Disponível em <URL: <http://josephegan.co.uk/>>. Acesso em 02-01-2015.
- JULIAN BEEVER. 2013. Disponível em URL: <http://www.julianbeever.net/>. Acesso em 02-01-2015.

- KEMP, M. *The Science of Art. Optical Themes in Western Art from Brunelleschi to Seurat*. New Haven e London: Yale University Press, 1990.
- LANDA, R. *Graphic Design Solutions*. 4ª ed. Boston: Wadsworth, 2001.
- MELCHIOR-BONNET, S. *The mirror: A History*. New York: Routledge, 2001.
- THE NATIONAL GALLERY. 2013. Disponível em URL: <<http://www.nationalgallery.org.uk>>. Acesso em 01-02-2013.
- TRINDADE, A. O. *Um Olhar Sobre a Perspectiva Linear Em Portugal nas Pinturas de Cavalete, Tectos e Abóbadas: 1470-1816*. Tese de Doutorado. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, 2008.
- XAVIER, J. P. *Perspectiva, Perspectiva Acelerada e Contraperspectiva* (2ª ed.). Porto: FBAUP, 1997.
- WALKER WERBEAGENTUR. Amnesty International. 2013. Disponível em <URL: <http://walker.ag>>. Acesso em 2013-02-01.

Recebido em: 12/02/15

Aceito em: 20/10/15

HELENA FERREIRA

helenaferreira@campus.ul.pt

Helena Ferreira é artista, investigadora, doutoranda em Belas-Artes na Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa e bolsista da Fundação para a Ciência e Tecnologia. Como artista o seu trabalho desenvolve-se dentro de áreas como a instalação artística, vídeo, screen studies, escultura, focando-se particularmente na imaterialização da imagem projetada e a sua relação com o espaço físico. Como investigadora, tem produzido diversos artigos autorais e apresentado palestras em torno deste tópicos. Desde 2007 tem participado em várias exposições em Portugal e no estrangeiro. Atualmente é co-coordenadora e investigadora do projeto de investigação Post-Screen, desenvolvido a partir do CIEBA-FBAUL, centrado na utilização de ecrãs em contextos artísticos, tecnológicos, culturais e sociais.