

O Fotógrafo Incômodo

J. Roberto Whitaker Penteadado

Fui assistir a uma palestra de Oliviero Toscani imbuído de todos os preconceitos dos publicitários em relação a esse fotógrafo que adquiriu notoriedade criando as estranhas campanhas que fizeram com que a Benetton se tornasse famosa. Confesso que dela sai livre dos antigos preconceitos e entregue a reflexões novas, suscitadas pela literal avalanche visual e verbal que essa figura - diria figuraça - armou como apresentação internacional do seu trabalho.

Cativa quem assiste, de cara, a cândida admissão: não sou publicitário, não sou homem de marketing, sou um fotógrafo que acha que tem algo a dizer em todas as áreas da atividade humana. Dei-me bem em uma delas - a propaganda - porque encontrei um cliente suficientemente doido para aceitar o que eu fazia e me dar carta branca, durante muitos anos, para continuar fazendo. Prevista para menos de uma hora, a apresentação levou hora e meia - ilustrada por muitas centenas de fotos, anúncios, posters e alguns filmes.

Lá estão as cenas que escandalizaram ou incomodaram muita gente, no Brasil e no resto do mundo, entre 1982 e 2000 - o doente de aids, o beijo entre a freira e o padre, o anjinho louro e a diabinha negra, as vestes ensangüentadas de Kosovo... E muito mais do que gente não se lembra mais ou não viu.

Toscani explica o que fez: achando que as fotos da propaganda não refletiam a realidade, resolveu levar a realidade para a propaganda, alheio - é claro - às questões de adequação entre mensagem e produto que fazem o dia a dia dos publicitários e, às vezes, os infernizam. Sorte ou designio, o certo é que isso produziu uma imensa notoriedade para a marca de seu cliente. E deu origem a um filão, que é, até hoje, profissionalmente explorado pela Nike.

Mais do que as breves incursões pela propaganda, contudo, o trabalho de registrar - ou da tentativa de registrar - e de disseminar toda a realidade, em especial aquela que incomoda a nossa sensibilidade urbana, foi o que mais me impressionou e fez refletir. Por que, de um lado, a relutância em aceitar a visão parcial desse talentoso crítico social feito fotógrafo, e, do outro - consentidamente - abrir os nossos sentidos e as nossas casas à invasão de uma mídia gigantesca comprometida com os interesses mercantis dos poderosos deste mundo?

Há conteúdo na mensagem de Toscani e ela merece ser vista e ouvida.

PENTEADO, J. Roberto Whitaker. O Fotógrafo Incômodo. **JRWP - J. Roberto Whitaker Penteadado**, Rio de Janeiro, jun. 2003. Disponível em <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=375&ID=159>>. Acesso em: 19 mar. 2010.