

Nas entrelinhas da composição dos cartazes olímpicos¹

Fernanda Pacheco de MORAES²
Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava, PR

RESUMO

O presente trabalho lança um olhar científico sobre cartazes oficiais que divulgaram os Jogos Olímpicos de Verão e circularam entre os anos de 1912 e 2016. Ao longo do tempo os impressos fizeram parte das estratégias comunicacionais do evento esportivo. Com o objetivo de conhecer a estrutura dos cartazes e identificar seus elementos constitutivos, na esteira do alfabetismo visual, propõe-se uma breve leitura visual dos registros de expressão desse material. O design gráfico e os estudos visuais foram visitados, entre outros, a partir de Kandinski (1970), Català Domenech (2011), Dondis (1997), Leborg (2015) e Wong (1995), que entrelaçados serviram de base para a discussão.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Visual; Publicidade; Cartaz; Design Gráfico; Alfabetismo Visual.

REFLEXÕES INICIAIS

Os fenômenos relacionados às ações de consumir e comunicar desencadeiam discussões inesgotáveis. Entretanto, o vínculo contextual a ser estabelecido aqui é justamente o que alcança o consumo e a comunicação fomentados por meio da publicidade impressa. O interesse recai, especialmente, sobre as ferramentas e técnicas de composição visual utilizadas pela publicidade para promover diálogos com públicos-alvo que, por consequência da relação estabelecida podem transformar-se em consumidores de produtos e serviços.

Mesmo com um sem-número de exemplos de produtos publicitários que hoje abordam cotidianamente os indivíduos, e que, de certa maneira, os “importunam” visualmente, optou-se por olhar para um nicho específico da comunicação publicitária que são os cartazes impressos.

A atenção aqui se detém sobre os impressos “físicos e longevos”, apesar da concorrência com o “imaterial e instantâneo” parecer quase desleal. Adentrando mais ainda a um universo específico, observam-se os impressos publicitários que divulgaram

¹ Trabalho apresentado na DT 2 – Publicidade e Propaganda do 22º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 08 a 10 de junho de 2023.

² Docente do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Estadual do Centro-Oeste, Unicentro. email: ferpmoraes@gmail.com

entre 1912 e 2016, o maior e mais conhecido evento esportivo mundial, os Jogos Olímpicos de Verão contemporâneos.

Os impressos publicitários relacionados aos jogos concretizam uma relação que desde o princípio estabeleceu ligação estreita, de troca mútua, ou seja, a comunicação e o evento esportivo se conectaram para levar a todos os lados informações sobre países, povos, culturas e esporte. A proximidade entre comunicação e olimpíadas deixa claro que o fenômeno global em que se transformou o evento se deve, em grande parte, ao potencial da comunicação de criar e dar vazão aos acontecimentos, inserindo-os no cotidiano das pessoas.

ESTRATÉGIAS DE COMPOSIÇÃO PARA UMA BREVE LEITURA VISUAL

O recurso que primeiro foi utilizado para comunicar o evento das olimpíadas foram os cartazes publicitários impressos. O uso de impressos na comunicação dos jogos olímpicos advém do contexto da época, 1896, quando a impressão gráfica estava no ápice da sua exploração como suporte de comunicação. Posteriormente, este meio foi incorporado às estratégias de comunicação do evento e mantido em função de seu alcance como mídia, mas principalmente, por seu valor como registro de memória e referencial de identidade dos jogos.

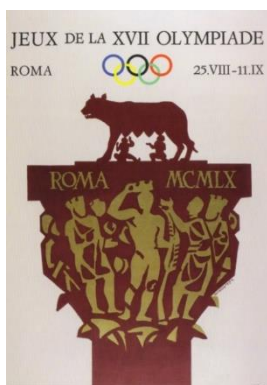
Um dos traços que, em geral, acompanham os produtos publicitários é a valorização das manifestações da cultura, e nos impressos dos jogos olímpicos não é diferente. A atitude de observar o movimento da cultura pode influenciar positivamente nas ações de comunicação promovidas junto ao público, a fim de obter êxito e realizar um dos propósitos das incursões comunicacionais que é impulsionar o consumo.

Na peça oficial dos Jogos Olímpicos de 1960, ocorridos em Roma, na Itália (figura 1) é possível observar, em primeiro plano, elementos culturais reconhecidamente históricos e próprios do país, como o capitel do Belvedere, encontrado nas ruínas das Termas de Caracalla, símbolo da Roma Antiga. Outro elemento cultural de destaque, e símbolo de Roma é a figura da loba amamentando os gêmeos Rômulo e Remo, que segundo a mitologia romana são os fundadores lendários da cidade. Portanto, percebe-se que as manifestações culturais tiveram relevo no impresso oficial do evento.

A segunda peça que coloca em evidência elementos culturais na sua composição é a que divulgou os jogos realizados em Londres, na Inglaterra, em 1948 (figura 2). As

referências culturais do país aparecem em destaque, por meio de uma sobreposição de imagens. O Discóbolo de Townley, um ícone clássico do lançador de discos da Grécia Antiga e uma das esculturas mais importantes do Museu Britânico foi colocada em primeiro plano. Outros monumentos emblemáticos da cidade-sede também estão presentes no cartaz, como a Torre do Relógio e o Big Ben, assim como a vista do Palácio de Westminster, sede do Parlamento Britânico. Uma curiosidade na imagem é que os ponteiros do relógio marcam 16h, horário em que a abertura dos Jogos foi planejada naquele ano.

Figura 1 e Figura 2 – Presença de elementos culturais



Fonte: Exposição Museu Itinerante Se Prepara Brasil

Ao inserir os aspectos culturais nos impressos oficiais das olimpíadas foi possível demarcar a personalidade de uma sociedade por meio das imagens, promovendo imediata identificação dos nativos do país com o material publicitário, contribuindo ainda, para que outros públicos que a comunicação atingiu pudessem conhecer e reconhecer um pouco do cenário que sediaria o evento.

A prática da comunicação revelada por meio de manifestações visuais impressas reflete tanto uma ciência como uma arte, pois a capacidade de transmitir ideias a partir da imagem exige dos profissionais que sejam ao mesmo tempo, criativos e lógicos, na medida em que trabalham com mensagens visuais. Os elementos visuais manipulados em cada composição, como as formas, as cores, a tipografia, o estilo e outros detalhes próprios a cada trabalho, exigem uma total compreensão de como devem ser tratados para que o resultado seja uma forma integrada e orgânica de expressão. Sob a perspectiva do alfabetismo visual e de suas orientações é possível identificar e compreender como atuam os elementos básicos da comunicação visual, materializados nos cartazes olímpicos.

O processo de “leitura de imagens” por meio da identificação de seus elementos visuais compositivos é possível se for considerado que a alfabetização visual significa, “aprender a conhecer os fenômenos visuais, ou seja, aprender a expressar verbalmente o que se produz visualmente” (CATALÁ, 2011, p.17). Deste modo, as imagens podem conduzir processos de reflexão, esclarecendo ou propondo ideias.

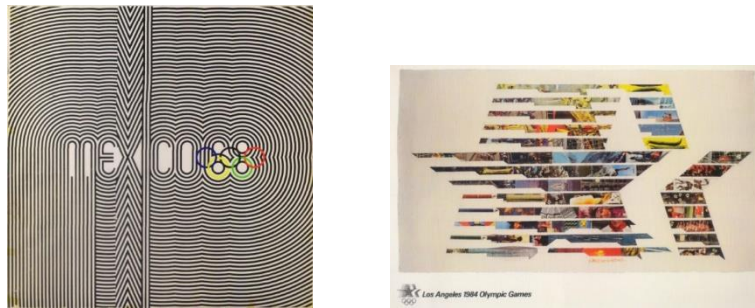
Segundo Dondis (1997) a substância visual de uma obra é constituída por uma listagem básica de elementos que compõem desde o mais elementar até o mais sofisticado dos objetos. “O ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, a cor, a textura, a dimensão, a escala e o movimento [...] são a matéria-prima de toda informação visual em termos de opções e combinações seletivas” (DONDIS, 1997, p. 51). A estudiosa do alfabetismo visual completa mencionando que os elementos visuais são manipulados com ênfase cambiável pelas técnicas de comunicação visual, numa resposta direta ao caráter do que está sendo concebido e ao objeto da mensagem. Para Leborg (2015), o ponto é uma posição sem área, que pode ser definida apenas por coordenadas, e, portanto, é algo impossível de se ver ou sentir. Esta perspectiva apontada pelo autor se refere ao ponto abstrato, também comentado por Kandinski (1970) quando este aborda o ponto pelo viés de algo não materializado, denominado por ele como ponto geométrico, e considerado invisível e incorpóreo.

Já a linha é uma articuladora da forma, tanto em um esboço como em um projeto técnico (o círculo, o quadrado, o triângulo e todas as suas variações, combinações, permutações de planos e dimensões). Segundo Chinen (2011) o trajeto que confere a ligação entre pontos dando origem à linha, tanto pode ser visível com também pode ser imaginário, criado pela mente do espectador que percorre de um ponto a outro, de modo intuitivo. Entretanto, Wong (1995) alerta para o fato de que pontos dispostos em fila podem lembrar uma linha, entretanto, o sentido é mais conceitual do que visual, pois estes são ainda uma série de pontos. Nesta mesma ótica, quando as linhas são dispostas em sequência podem ser percebidas como áreas, mas seguem sendo linhas.

No exemplo do cartaz dos Jogos Olímpicos do México, de 1968 (figura 3), o elemento de destaque da composição é, sem dúvida, a linha, que assume vários formatos e direções, e mesmo sendo descontínua, apresenta conexão visual. As linhas são dispostas de maneira dinâmica e permitem ao olho humano seguir um trajeto de movimento, onde o traçado permanece em atividade o tempo todo. A característica do impresso de ser uma

composição aberta reforça a sensação de algo que continua além das margens da peça. O padrão utilizado na composição da peça faz referência aos motivos artísticos do povo nativo huichol, um grupo étnico indígena do México que apresenta traços culturais originais e marcantes naquele país. O formato quadrado da peça difere do retangular habitual, demarcando uma ruptura com relação às demais e despertando curiosidade e conferindo atratividade ao material. Os Aros Olímpicos são o único elemento colorido que aparece na peça, onde foram respeitadas as cores originais do símbolo dos jogos, criando contrastes.

Figura 3 e Figura 4 - Emprego da linha e ilusão de movimento



Fonte: Exposição Museu Itinerante Se Prepara Brasil

Na figura 5, cartaz das Olimpíadas de Montreal, 1976, os aros olímpicos retratados transmitem um valor de infinitude, associação clássica atribuída a esta forma geométrica, o círculo. A disposição em cadeia por meio da repetição da forma circular e o entrelaçamento dos aros reforça a sensação de algo que se quer dar amplitude e uma continuidade, sem um ponto final. Intitulado “O Convite”, a figura central dos Aros Olímpicos, apresentados em repetição na forma de ondas sucessivas, como em uma reverberação sonora, transmitem um chamamento aos atletas de todos os países, convidando-os a participar dos Jogos de 1976.

Figura 5 - A forma circular e seus significados



Fonte: Exposição Museu Itinerante Se Prepara Brasil

Timmers (2012) destaca que o símbolo olímpico foi concebido em 1912, sendo estampado nos impressos oficiais somente em Los Angeles, em 1932. Conforme o Olympic Charter (2003), os Aros Olímpicos são entrelaçados da esquerda para a direita, com as cores azul, preto e vermelho situados na parte superior, e amarelo e verde na inferior.

Segundo o COB (Comitê Olímpico do Brasil) a simbologia associada aos Aros Olímpicos diz que estes representam a união dos cinco continentes, e que pelo menos uma de suas cinco cores, está presente na bandeira de cada um dos Comitês Olímpicos Nacionais vinculados ao COI (Comitê Olímpico Internacional).

A aparição do símbolo olímpico nos cartazes é contínua desde 1932 até 2016. Na maioria das vezes associados aos logotipos de cada edição, os Aros Olímpicos têm destaque e configuram um elemento obrigatório de atratividade e identificação.

REFLEXÕES FINAIS

Ao longo do último século, os cartazes olímpicos oficiais desempenharam um papel importante na popularização das olimpíadas. Embora, hoje exista uma variedade de opções de mídia que conseguem dar conta de levar o evento para os mais longínquos espaços do globo, o formato impresso e os recursos de composição empregados pelo cartaz parecem apropriados para torná-lo um produto publicitário referencial, que identifica e valida a excelência estética, como também a função comunicacional demandada para divulgar os jogos olímpicos de verão. Os cartazes ainda podem ser considerados recursos que exibem e promovem uma variedade de símbolos pictóricos e culturais, que identificam e particularizam o evento, como também as cidades-sede onde as competições são realizadas. Além do mais, os impressos constituem-se como uma tradição olímpica que se presta a ativar a memória das pessoas que se interessam pelo evento e pelo universo dos esportes. Cabe ainda mencionar que as olimpíadas e a comunicação se mantêm conectadas, acompanhando as modificações da sociedade de consumo e de suas manifestações culturais.

Sobre os elementos compositivos dos cartazes olímpicos, o alfabetismo visual, constitui um instrumento que permite avançar para além da observação pura e simples de

um impresso publicitário, conduzindo à compreensão dos meandros da composição visual. Permite-se complementar, afirmando que os cartazes olímpicos compõem o legado de representatividade e força, não somente dos jogos, como também da comunicação visual, de 1912 até hoje.

REFERÊNCIAS

- AMBROSE, G. **Fundamentos do design criativo**. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- CATALÀ DOMENECH, J. M. **A forma do real**. Introdução aos estudos visuais. São Paulo: Summus, 2011.
- CHINEN, N. **Design Gráfico**. São Paulo: Editora Escala, 2011.
- COMITÊ OLÍMPICO DO BRASIL. Disponível em :
<https://www.cob.org.br/pt/cob/movimento-olimpico/simbolos-olimpicos>
- DONDIS, D. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- DOUGLAS, M, ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**. Para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.
- GOMES FILHO, J. **Gestalt do objeto**: sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras Editora, 2009.
- HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. São Paulo: Vozes, 2001.
- KANDINSKI, W. **Ponto, linha, plano**. Lisboa: Edições 70, 1970.
- LEBORG, C. **Gramática visual**. São Paulo: Gustavo Gile, 2015.
- OLYMPIC CHARTER. **International Olympic Committee**. In force as from 4 July 2003. ISBN 92-9149-001-6. Lausanne. Switzerland. 2003.
- OLYMPIC GAMES. Disponível em: <https://www.olympic.org/athens-1896>
- SONTAG, Susan. **Pôster**: anúncio, arte, artefato político, mercadoria. 1970. In: BIERUT, Michael; HELFAND, Jessica; HELLER, Steven e POYNOR, Rick (Orgs). Textos clássicos do design gráfico. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010. p. 210-235.
- TIMMERS, M. **A century of olympic posters**. London: V&A Publishing, 2012.
- WONG, W. **Fundamentos del diseño**. Barcelona: Editorial: Gustavo Gili, 1995.