

## Os sentidos advindos de aspectos qualitativos e referenciais: um exercício interpretativo com cartazes da Copa do Mundo da FIFA 2014

The senses stemmed from the qualitative and background aspects: an interpretative exercise with posters of 2014 FIFA World Cup.

Maria Ogécia Drigo<sup>1</sup>

Luciana Coutinho Pagliarini Souza<sup>2</sup>

### Resumo:

Este artigo tem como propósito explicitar aspectos da imagem do Brasil, possíveis de serem construídos por meio do potencial de sentidos de cartazes da Copa do Mundo da FIFA-2014. Para tanto, trata-se, inicialmente, da relação entre as imagens e estilo na pós-modernidade; em seguida, apresentam-se as funções do cartaz, aspectos da metodologia de análise e a análise de um dos cartazes. Ao elencar os possíveis efeitos do cartaz – enquanto signo, na perspectiva da semiótica peirceana – coloca-se em evidência a imagem como capaz de unir as pessoas, neste caso, pelas possibilidades de transformar a imagem do Brasil, o que traduz a importância deste artigo.

### Palavras-chave:

Cartaz; Imagens do Brasil; Representação Visual; Signo; Análise Semiótica.

### Abstract:

This paper aims to clarify aspects of the image of Brazil able to be built through the potential meanings of the posters of FIFA World Cup-2014. Therefore, it is initially the relationship between images and style in postmodernity, then the functions of the poster, aspects of the methodology of the analysis, and the analysis of one of the posters are discussed. To describe the possible effects of the poster - as a sign from the perspective of Peircean semiotics - the image is considered as an evidence of something that can bring people together, in this case, through the possibility of transforming the image of Brazil, which is the relevance of these reflections.

### Keywords:

Poster; Image of Brazil; Visual Representation; Sign; Semiotics Analysis.

<sup>1</sup>Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUCSP. Pós-doutora com estágio na Universidade de Kassel - Kassel/Alemanha; pós-doutora pela ECA/USP. Docente do PPG Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba - UNISO, Sorocaba/São Paulo. E-mail: maria.drigo@yahoo.com.br

<sup>2</sup>Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUCSP. Pós-doutora com estágio na Universidade de Kassel - Kassel/Alemanha. Docente do PPG Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba - UNISO, Sorocaba/São Paulo. E-mail: luciana.souza@prof.uniso.br

## As imagens na pós-modernidade

As reflexões sobre a pós-modernidade, na perspectiva de Maffesoli (1995; 2006), propõem um olhar para as pequenas frivolidades do cotidiano, bem como ao que une as pessoas, ao que propicia o estar-junto e que constitui as modalidades de grupamentos de pessoas, o neotribalismo. Na busca pelo estar-junto, vem à tona o ideal comunitário que, conforme Maffesoli (1995, p. 17), apoia-se em, basicamente, dois conceitos: estilo e imagem.

Estilo pode ser definido “como quadro geral no qual se exprime a vida social num dado momento” (MAFFESOLI, 1995, p. 18) e ele se aplica à arte, às relações sociais, aos sentimentos, à produção industrial ou à vida da empresa. O estilo de uma época torna-se então “um conjunto de formas características”. É essa unidade que merece atenção, sobretudo por se tratar de uma unidade dinâmica em movimento, flexível, mas que não deixa de delimitar os contornos do modelo cultural de uma dada época. No entanto, do mesmo modo que se pode falar em estilo teológico na Idade Média, ou um estilo econômico característico da modernidade, pode-se mostrar que um novo estilo está sendo elaborado aos nossos olhos: um estilo estético.

Os valores estéticos nada mais são que as condições que tornam possível um novo vínculo social. Na esteira desse pensamento, a preocupação com a qualidade de vida, com os cuidados pessoais (do corpo, do tempo livre), a busca do prazer só tem sentido se favorecem o desejo do outro. O culto ao corpo, tão em voga em nossos dias, seria a expressão desse tipo de pensamento.

Em detrimento do caráter utilitário que se fazia preponderante na modernidade, esse novo estilo, em nossos dias, passa a integrar as dimensões oníricas, lúdicas e simbólicas. A estetização na pós-modernidade que se faz com a preocupação com a forma é passível de ser vislumbrada na emergência de uma nova cultura que se firma no sentido do supérfluo, na preocupação com o inútil, na busca do qualitativo. Neste cenário, o individualismo como marca da modernidade não encontra morada; ocorre o contrário, os indivíduos passam a ter valor em função dos grupos a que se agregam, configurando dessa forma o “tempo das tribos”.

O estilo exprime-se em imagens ou, segundo Maffesoli (1995, p. 46), “põe em forma”, o que remete ao concreto e passa a constituir todos os domínios, dos

mais fúteis aos mais sérios. Isso é visível nos corpos que se remodelam ou se constroem, no cuidado com a aparência individual, no cuidado com a elaboração de uma ideia para bem apresentá-la, nos produtos industriais, no desvelo que empresas, marcas, políticos têm na construção de sua imagem.

Inegável a presença da imagem em nosso cotidiano, seja na publicidade, na TV, nos objetos de consumo, na teatralidade urbana; seja nas nossas lembranças, enfim, imagens insignificantes, fúteis fundam nosso estar no mundo. Mas, se nos voltarmos para tempos remotos, nos quais a tentativa de desvalorização do papel da imagem era a tônica – a iconoclastia como prova –, constatamos que a presença pregnante da imagem é coisa mais recente.

A imagem não impõe sentidos, quando muito insinua o que poderia ser ou, no máximo, o que é. Ela é errante, brincalhona, preguiçosa. A imagem, afinal, segue os meandros da vida, seu fervilhamento, o que a torna pouco séria para ser considerada pela intelectualidade. O lado ficcional da imagem tende a prevalecer: “sempre se tem a impressão de que ela mais conta história do que diz a História” (MAFFESOLI, 1995, p.92). A imagem constata uma estética emocional em todos os seus afetos, sejam eles refinados, de mau-gosto, despojados, ou *kitsch*. Interessa a ela compartilhar emoções, mais que informar, o que faz dela orgiaca ou estética: a imagem favorece o sentir coletivo independente de qual seja seu conteúdo.

Assim sendo, conforme Maffesoli (1995, p. 107), a imagem, ao contrário do caráter perverso que lhe foi atribuído na tradição ocidental, hoje é vista como religante, ou seja, ela nos une ao mundo e aos outros. Sua potência mágica é, por si, potência de agregação, ela favorece a viscosidade – a proximidade tátil – e a fascinação.

Considerando-se o aspecto religante da imagem e tendo em vista a preocupação e o desvelo com a autoimagem – que alcança as pessoas, uma marca, um candidato à presidência, um país –, elegemos o Brasil, país sede da Copa do Mundo da FIFA 2014, como objeto a ser analisado nos cartazes que contemplam as capitais dos estados que sediarão jogos deste evento. Assim, o objetivo deste artigo é explicitar como os cartazes – enquanto imagens do Brasil – podem ser religantes, no sentido proposto por Maffesoli (1995). Para tanto, apresentamos os cartazes e realizamos análise semiótica de um deles, depois de mencionarmos as estratégias metodológicas dessa análise.

## O referencial teórico de análise e os cartazes em foco

As estratégias metodológicas advêm da gramática especulativa, um dos ramos da semiótica ou lógica peirceana, em que se alojam definições e classificações de signos. Um signo “*representa* algo para a ideia que provoca ou modifica. Ou seja, é um veículo que comunica à mente algo do exterior. O *representado* é o seu objeto; o comunicado, a significação, a ideia que provoca, o seu interpretante” (CP 1.339). Na análise, consideram-se os fundamentos do signo, os aspectos que capacitam qualquer objeto a ser signo: os qualitativos, os referenciais e os aspectos compartilhados culturalmente. Ao analista cabe o exercício de ver/contemplar, discriminar/observar e generalizar/interpretar, para assim poder elencar os sentidos latentes no signo. Santaella (2002) e Santaella; Nöth (2010), a partir da semiótica peirceana, elaboram e aplicam a metodologia que utilizaremos.

Quanto ao cartaz, conforme Moles (1987, p. 49-56), são seis as suas funções. A primeira é informar; a segunda é convencer e seduzir, daí estar presente no território da propaganda e publicidade; a terceira função é educar: o cartaz é um modo de comunicação entre o organismo e a massa, tendo por objetivo transmitir alguma mensagem. A quarta função é a ambiência, ou seja, um elemento da vida cotidiana. A quinta função é estética, o cartaz como poesia, que sugere mais do que diz; finalmente, a sexta função é a criadora, são os cartazes criadores e transformadores de desejos em necessidades.

A série de cartazes referente às capitais de estados brasileiros que sediam os jogos da Copa do Mundo da FIFA de 2014 se apresenta a seguir (FIG. 1).

Figura 1: Cartazes oficiais da Copa do Mundo de 2014



Fonte: imagem capturada na rede<sup>3</sup>

De maneira geral, uma profusão de cores abre passagem para que as formas se apresentem. Ao modo de metonímias visuais, imagens muito peculiares representativas de cada uma das capitais/sede compartilham espaço com algum elemento voltado para o futebol, seja a bola, a chuteira, o jogador, a trave. A natureza faz ver Curitiba na araucária; Manaus, nas araras vermelhas; o Rio de Janeiro, nas silhuetas do Pão de açúcar; Cuiabá, no voo do tuiuí; e Natal se mostra nas cores representativas das matas, do céu, da areia, mas é o Morro do Careca delineado no corpo do torcedor de braços abertos que remete à cidade. Outras capitais se mostram pela arte arquitetônica: Belo Horizonte, pela igreja de São Francisco na Pampulha e pelo Mineirão; Fortaleza, pela Arena Castelão e por diversos monumentos da cidade impressos na bola; Porto Alegre, pela Usina do Gasômetro; Bahia, pelo Elevador Lacerda que se faz trave; Brasília é representada

<sup>3</sup> Disponível em: <[http://1.bp.blogspot.com/-Z-rIJg8Vf98/ULNnZnD1n3I/AAAAAAAAALhI/WA B51Z6up6M/s640/Cartazes\\_Oficiais\\_da\\_Copa\\_2014\\_7.jpg](http://1.bp.blogspot.com/-Z-rIJg8Vf98/ULNnZnD1n3I/AAAAAAAAALhI/WA B51Z6up6M/s640/Cartazes_Oficiais_da_Copa_2014_7.jpg)>. Acesso em: 05/09/2013.

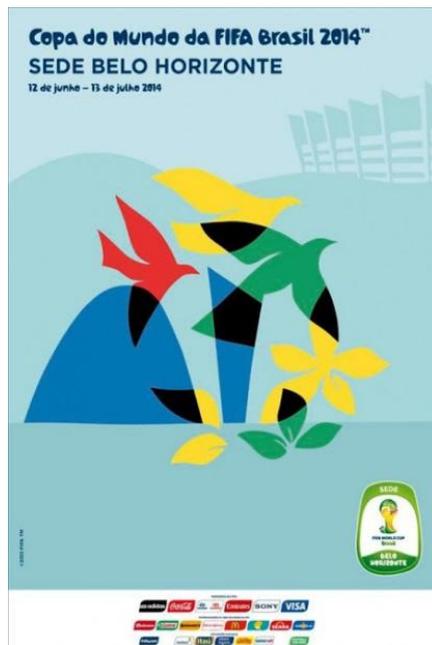
pelas linhas que lembram a catedral, obra de Niemeyer. Finalmente, outros aspectos da cultura são focados nas cidades de Recife e São Paulo: na primeira, o jogador travestido de dançarino de frevo; na segunda, o seu caráter cosmopolita.

Cabe ressaltar que as figuras são todas estilizadas: sua redução a traços e cores sugere os objetos referenciados e decanta o aspecto simbólico que os levaria a serem identificados de imediato. O cartaz de Belo Horizonte escolhido para análise pode ilustrar esse tratamento dado à representação, conforme veremos a seguir.

## Das análises: a representação de Belo Horizonte em foco

A análise semiótica permite inventariar os possíveis interpretantes – ou efeitos do signo – latentes nos aspectos qualitativos, referenciais e nos aspectos relacionados às leis, às regras que permeiam a cultura. Trata-se de considerar a representação visual, durante a semiose, prevalecendo como qualissigno, sinsigno ou legissigno, respectivamente.

Figura 2: Cartaz da Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014 - Belo Horizonte



Fonte: imagem capturada na rede<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Disponível em: <[http://1.bp.blogspot.com/-Z-rIJg8Vf98/ULNnZnD1n3I/AAAAAAAAALhI/WAB51Z6up6M/s640/Cartazes\\_Oficiais\\_da\\_Copa\\_2014\\_7.jpg](http://1.bp.blogspot.com/-Z-rIJg8Vf98/ULNnZnD1n3I/AAAAAAAAALhI/WAB51Z6up6M/s640/Cartazes_Oficiais_da_Copa_2014_7.jpg)>. Acesso em: 05/09/2013.

## Os aspectos qualitativos e os possíveis efeitos

Numa representação visual, a qualidade se faz presente na própria materialidade do signo e manifesta-se nas linhas, formas, cores, textura, dimensão, direção, enfim, na matéria-prima de que se constitui uma imagem. Um qualissigno é um signo particular em que a qualidade se faz signo. “Um qualissigno é uma qualidade que é um signo. Ele não pode agir de fato como signo até que se corporifique; mas esta forma de realização nada tem a ver com seu caráter de signo.” (CP 2.444).

No exercício para a apreensão de qualissignos, devemos nos despir das ideias que trazemos prontas na mente; devemos adiar o reconhecimento das coisas: *é isto, é aquilo*; devemos tentar olhar para o objeto como se fosse pela primeira vez e deixar que os sentidos passem por ele. Considerando-se que, nas palavras de Fernando Pessoa, “trazemos a mente vestida” (PESSOA, 1979), para realizar esse difícil exercício, devemos ouvir os conselhos do poeta: o de aprender a desaprender.

O que podem essas qualidades provocar numa mente interpretadora? Um intérprete pode se alegrar com a profusão de cores, encantar-se com a leveza das formas e seu bailado em círculos, pode se admirar com a monumentalidade impressa na solidez das estruturas verticais/horizontais que contrastam com as formas sinuosas. Pode se envolver, enfim, com o convite à contemplação.

As qualidades descritas, na relação com o objeto a que se referem, apenas fazem alusão a ele. Podemos associar as linhas sinuosas, por exemplo, às montanhas; a estrutura grandiosa que se ergue à direita parece um templo que se impõe pela dimensão e pela posição que ocupa na peça: o lugar do sol num ponto do horizonte; as formas coloridas dispostas em círculos lembram uma bola. São todas formas ambíguas que, em vez de buscarem fidelidade ao traçado do objeto inscrito no mundo real e que tentam representar, tão só o sugerem. As qualidades anunciadas constituem o fundamento deste signo que, na relação com o objeto, por sugeri-lo, se denomina ícone. “Qualquer coisa, seja uma qualidade, um existente ou uma lei, é Ícone de qualquer coisa, à medida que for semelhante a essa coisa e utilizado como um seu signo” (CP 2.247). Como qualissigno icônico, os efeitos são os vinculados à contemplação. No caso, os que vêm com a qualidade do azul, a pouca nitidez das formas, que faz com que o intérprete

permaneça ao sabor das conjeturas ou de locuções interjetivas. No que tange às funções do cartaz, conforme Moles (1987), prevalecem a estética e a criadora.

### Os aspectos referenciais e os possíveis efeitos

Saindo da seara dos qualissignos e entrando na dos sinsignos – o segundo fundamento do signo –, vamos exercitar nossa capacidade de distinguir, discriminar. Conforme Peirce (CP 2.245):

Um sinsigno (onde a sílaba *sin* significa *uma única vez*, como em singular, simples, no Latim *semel*, etc.) é um existente real, coisa ou evento que é um signo. Só o pode ser através de suas qualidades; de modo que envolve um qualissigno, ou melhor, vários qualissignos. Mas, estes qualissignos são de um tipo peculiar em um signo quando estão efetivamente incorporados.

Vislumbramos existentes, identidade sígnica que constitui os sinsignos. Lembramos que estamos ignorando as informações trazidas pelo texto verbal. Um receptor/intérprete pode olhar para esta representação visual e distinguir pássaros coloridos e algumas folhas e/ou flores também coloridas, cuja circularidade faz-nos ver uma bola de futebol. Um intérprete, com uma experiência colateral diferenciada, poderá identificar, nas linhas curvas de que se constitui a forma ao lado, a igreja de São Francisco de Assis, obra de Oscar Niemeyer que compõe o Conjunto Arquitetônico da Pampulha, em Belo Horizonte. Conhecendo o lugar, vai identificar naquele templo pomposo no alto da peça o Mineirão, estádio de futebol da capital mineira. Isso tudo sem precisar ler o texto verbal.

A identificação ou reconhecimento daquilo que as figuras se referem, seu objeto, já faz aflorar o índice, signo que se reporta “ao objeto que denota em virtude de ser realmente afetado por esse objeto (...). À medida que o índice é afetado pelo objeto ele tem necessariamente alguma qualidade em comum com o objeto, e é com respeito a estas qualidades que ele se refere ao objeto.” (CP 2.248).

Se observarmos o cartaz (FIG. 2), o objeto deste enquanto signo (atrelado a um modo de apreensão do cartaz por um intérprete particular) seria a cidade de Belo Horizonte, uma das capitais-sede do evento, Copa do Mundo de 2014, e tudo

o que a ela diz respeito. Este objeto é denominado dinâmico. O objeto imediato ou o objeto tal como o signo o apresenta envolve um modo muito peculiar de representação pictórica para esta cidade.

Enquanto índice, ainda que o aspecto icônico seja proeminente, o intérprete pode distinguir no primeiro plano, o céu de BH de onde desponta o Mineirão, tomando o lugar do sol no *belo horizonte*; no segundo plano, uma região ao norte da cidade – Pampulha, seu cartão-postal – que abriga o Mineirão, a igreja projetada por Oscar Niemeyer rodeada por jardins de Burle Marx. Separando um plano do outro, está a silhueta das montanhas de Minas, parte do cenário da grande festa do futebol (FIG. 3).

Figura 3: Parque da Pampulha – Belo Horizonte



Fonte: imagem capturada na rede<sup>5</sup>

Os pássaros (pombas) vêm do parque da Pampulha ou fazem referência ao São Francisco de Assis, que dá nome à igreja local e que estão presentes também no painel de azulejos de Cândido Portinari, em uma das fachadas da igreja (FIG. 4 e FIG. 5). A alegria da festança dada pela profusão de cores, do bailado dos

<sup>5</sup> Disponível em: <[http://www.blogdacomunicacao.com.br/wp-content/uploads/2010/10/pampulha\\_min\\_min\\_1.jpg](http://www.blogdacomunicacao.com.br/wp-content/uploads/2010/10/pampulha_min_min_1.jpg)>. Acesso em: 10 nov. 2013.

pássaros se instala sobre o terceiro plano, que corresponde ao espelho d'água da lagoa da Pampulha.

Figura 4: Painel em azulejos de Portinari na Igreja de São Francisco de Assis



Fonte: imagem capturada na rede<sup>6</sup>

A cor vermelha presente na representação visual também pode remeter o intérprete à bandeira de Belo Horizonte, que apresenta uma região triangular vermelha, que, por sua vez, encontra-se na bandeira de Minas Gerais.

O sinsigno coloca o intérprete, por uma pequena fração de tempo, no território da constatação, embora certa demora na identificação de cada um dos aspectos referenciais seja possível, dado o caráter altamente sugestivo desta representação visual que, nestes instantes, se faz ora sinsigno icônico ora sinsigno indicial.

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://www.ideiasvip.com/wp-content/uploads/2011/09/Belo-Horizonte-pontos-turisticos-igreja-sao-francisco.jpg>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

Figura 5: As pombas no painel de azulejo de Cândido Portinari, na Igreja São Francisco de Assis, na Pampulha.



Fonte: imagem capturada na rede<sup>7</sup>

Há uma fronteira quase imperceptível entre um nível de consciência frágil (consciência passiva de qualidade), que propicia a contemplação, a consciência da resistência (consciência dual) e um primeiro nível da consciência sintética, o terceiro nível de consciência. Considerando-se que, para Peirce, os interpretantes operam modificações na consciência (CP 5.485), se há semiose – ação dos signos –, há algum nível de consciência. As categorias da consciência são três:

Primeira, sentimento, a consciência que pode ser incluída em um instante de tempo, consciência passiva de qualidade, sem reconhecimento ou análises; segundo, consciência de uma interrupção no campo da consciência, sentido de resistência, de um fato externo; terceiro, consciência sintética, ocorrendo no tempo, sentido de aprendizagem, pensamento. (CP 1.377).

A consciência sintética, conforme Peirce (CP 1.383), inclui (a) sentido de similaridade ou semelhança, (b) o sentido de conexão real e (c) o sentido de aprendizagem. Enquanto num primeiro nível de consciência, no caso da figura, nos perdemos no azul, quase que imediatamente a cor passa a ser perceptível enquanto existente (consciência dual) e com as associações possíveis, então, num primeiro nível da consciência sintética – o sentido de similaridade ou semelhança – vemos pensamentos... e os outros níveis da consciência sintética podem aflorar.

<sup>7</sup> LISBOA, R. Portinari, Painel de Azulejos, 1944. Disponível em: <[https://www.flickr.com/photos/raul\\_lisboa/3332908060/in/set-72157614757623037](https://www.flickr.com/photos/raul_lisboa/3332908060/in/set-72157614757623037)>. Acesso em: 10 nov. 2013.

Assim vêm os interpretantes dinâmicos: o emocional, o energético e o lógico. Vejamos como isto se dá com a análise do cartaz.

## Os aspectos de lei e os possíveis efeitos

Quando na semiose – ação do signo, no caso o cartaz enquanto signo –, as regras compartilhadas na cultura, ou as leis, prevalecem, então a consciência sintética opera com maior autocontrole. Em se tratando de lei, os legissignos entram em cena. Conforme Peirce (CP 2.246):

O legissigno é uma lei que é um signo. Esta lei é geralmente estabelecido pelos homens. Cada signo convencional é um legissigno (mas não vice-versa). Não é um único objeto, mas um tipo geral que, ao que foi acordado, deve ser significativo. Cada legissigno significa através de uma instância da sua aplicação, o que pode ser chamado de uma réplica do mesmo. (...) A réplica é um sinsigno. Assim, cada legissigno requer sinsignos. Mas estes não são sinsignos comuns, como são ocorrências peculiares que são consideradas significativas. Nem a Replica seria significativa se não fosse a lei que a torna assim.

O cartaz (FIG. 2) é uma réplica do legissigno cartaz, que é uma mídia. Para o intérprete, cuja experiência colateral envolve conhecimentos do processo de produção desta mídia, bem como conhecimentos da sintaxe da linguagem visual, este cartaz se faz legissigno simbólico. “Um símbolo é um signo que se refere ao objeto que denota em virtude de uma lei, em geral, uma associação de ideias gerais que opera no sentido de fazer com que o símbolo seja interpretado como se referindo àquele objeto.” (CP 2.249).

Os efeitos do legissigno simbólico podem ser os emocionais, os reativos e os argumentativos, que propiciam reflexões sobre o processo de produção desta modalidade de mídia, como exemplo, efeitos estes que não são excludentes e não seguem esta ordem dada também. Lembremos que reativos e argumentativos são níveis do efeito do signo provocado à mente e correspondem aos interpretantes dinâmicos: emocional, energético e lógico, respectivamente.

Os elementos básicos da comunicação visual – ponto, linha, forma, direção, tom, cor, textura, escala, dimensão e movimento – são organizados mediante determinadas técnicas. Vejamos algumas destas técnicas presentes nessa representação visual e em que medida elas contribuem para propiciar efeitos

vinculados às emoções, às ações ou às reflexões. Sob este olhar, o intérprete toma a representação como legissigno simbólico. Trata-se de um signo que mostra regras, aspectos da sintaxe da linguagem visual.

Conforme Dondis (2007, p. 24), cada técnica é um agente no processo de comunicação visual e é através de sua energia que o caráter de uma solução visual adquire forma. Os efeitos destas técnicas, que levam a representação visual a se fazer signo, sob esta perspectiva, vêm independente do fato de o intérprete conhecê-las. Para o intérprete que não as conhece, possivelmente, a representação visual pode se fazer sinsigno icônico ou sinsigno indicial, variações do signo existente em relação ao objeto que vão da semelhança à ligação factual com o objeto.

Retomemos as cores, as formas, as texturas e os jogos estabelecidos com estes aspectos qualitativos. A cor azul, ao amenizar as formas, ou seja, ao promover a dissolução delas, permite que o olhar percorra a imagem com maior liberdade. Segundo Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 107), “o azul é o caminho da divagação, e quando ele se escurece, de acordo com sua tendência natural, torna-se o caminho do sonho.”

Conforme Dondis (2007, p. 65), a cor tem três dimensões: matiz (a cor em si); saturação (pureza relativa da cor) e brilho (gradações tonais). O azul e o amarelo são matizes primários, sendo que o azul é passivo e suave, enquanto o amarelo é a cor mais próxima da luz e do calor. O jogo azul/amarelo constrói uma ambiência de leveza e serenidade com um toque de divino, mágico. Isto porque a cor amarela, conforme Chevalier e Gheerbrant (2008, p. 40), é “veículo da juventude, do vigor, da eternidade divina”.

Em relação às formas, outro aspecto qualitativo, observamos que elas constroem com linhas traçadas à mão, livres e espontâneas. Estas linhas, bem como a cor azul, contribuem para reforçar o aspecto icônico, o que dá à representação visual – identificada como um cartaz, objeto que segue determinados padrões, regras compartilhadas – alto poder de preponderar como legissigno icônico, ou seja, como signo de lei que representa o objeto, predominantemente, por semelhança.

Dependendo do intérprete, o tom do azul pode provocar lembranças tristes; as formas circulares podem desencadear sentimentos de morosidade, repetição e para algum outro intérprete, que reconheça nestas formas semelhanças com uma

paisagem bastante familiar, pode se encher de saudades. A bola, que se insinua, pode remeter o intérprete à infância; as pombas que se enlaçam podem propiciar sensações de alegria, contentamento, simplicidade. Novamente os efeitos do legissigno icônico. O vermelho pode, ainda, levar o intérprete a identificar o estado brasileiro. Legissigno indicial, agora.

Retomemos as técnicas visuais. Há um equilíbrio na representação visual responsável por construir um centro de suspensão entre as formas arredondadas da esquerda e as grandiosas, da direita, apoiado no movimento circular dado pelas formas centrais, que propõem certo equilíbrio axial. As formas similares a folhas de trevo que se transformam em pombas dão regularidade à figura. A simplicidade também se faz presente, uma vez que as formas arredondadas vêm sem contornos e em cores pouco saturadas. As linhas arredondadas desenham as formas com economia, sem exageros e com previsibilidade e sutileza, incrementadas pelo predomínio da cor azul, que contribui para diluí-las. A atividade, por sua vez, “deve refletir o movimento através da sua representação ou sugestão” (DONDIS, 2007, p. 149), o que é amplamente contemplado na figura, pois as linhas curvas, as formas que lembram pombas e a bola que emerge das formas centrais, todas cumprem esta tarefa. As formas pentagonais que apresentam uma bola de futebol mostram que a técnica da ênfase, em detrimento da neutralidade, foi adotada. Há também transparência e profundidade, que emergem com a cor azul e com seus diversos tons, respectivamente.

As técnicas empregadas nesta figura contribuem para que o intérprete/usuário permaneça em contemplação ou ao sabor de qualidades de sentimentos tais como alegria, contentamento, paz, tranquilidade. A presença das pombas reforça a geração de interpretantes emocionais vinculados a estes sentimentos. A pomba, que no Novo Testamento representa o Espírito Santo, segundo Chevaleir e Gheerbrant (2008, p. 728), “é, fundamentalmente, um símbolo de pureza, de simplicidade, e, também, quando traz o ramo de oliveira para Noé, na arca, de paz, harmonia, esperança, felicidade recuperada”. Símbolo aqui é entendido no mesmo sentido peirceano: signo de lei, amparado na convenção e nos códigos culturais.

Outros interpretantes dinâmicos podem vir à tona. O ato de dobrar o cartaz e guardá-lo, ou levá-lo para emoldurar e fixá-lo em algum lugar, o desejo de passear no parque, visitar a igreja, conhecer a cidade, assistir a um jogo de futebol

no Mineirão são possíveis interpretantes dinâmicos energéticos. Mas, há os interpretantes dinâmicos lógicos, que são aqueles de natureza condicional, que se amoldam à forma lógica – “se... então” – e devem ser um geral nas suas possibilidades de referência.

Interpretantes lógicos podem estar associados a novos padrões de criação de cartazes, às reflexões sobre o uso de formas e cores, bem como sobre o jogo protagonizado por ambas, que insinua existentes sem a preocupação de reproduzi-los com fidelidade. Os hábitos envolvidos nos processos de criação podem ser mudados, transformados. Assim, o interpretante lógico não envolve somente um pensamento, uma ideia, mas pode ser da natureza de um hábito.

Considerando-se que Belo Horizonte, via cartaz, apresenta-se como um espaço de paz e tranquilidade, permeado de religiosidade – o painel de azulejo de Portinari exhibe São Francisco de Assis–, espaço onde obras de grandes arquitetos e pintores brincam com grandes monumentos destinados ao culto do futebol, ou seja, que o cartaz faz com que símbolos nacionais se harmonizam com novos símbolos, que se distanciam dos estereótipos de afrodescendentes, de imagens da bandeira ou com as cores da bandeira, de imagens envolvendo o samba, o carnaval, então, o intérprete pode (re)construir a imagem de Belo Horizonte, ou ressignificá-la. Um interpretante lógico vem à tona, portanto. Este interpretante não necessariamente pode estar vinculado a uma nova concepção em relação à cidade, como pode, com o tempo, instaurar novos hábitos envolvendo a cidade e o país como um todo. Se os interpretantes inventariados se atualizarem, então o cartaz, enquanto mídia, cumpriria todas as funções preconizadas por Moles (1987).

Finalizada, pelo menos temporariamente, a análise da representação visual, voltemo-nos para a inscrição verbal presente no cartaz. A natureza da palavra é ser signo de lei, legissigno, e estar, portanto, sustentada na convenção, em pactos coletivos, aspectos que fundamentam essa instância do signo na relação consigo mesmo. Assim, como qualissignos e sinsignos, ele também se submete às nuances que tornam tão intercambiantes as relações sígnicas. Ao assumir formas arredondadas que se assemelham às descritas na representação visual, alusivas ao relevo de Minas, é estabelecido um diálogo entre palavra e imagem amparado nas formas, o que dá ao legissigno o caráter icônico. Além da forma das letras, há também a cor, que contribui para obliterar o caráter simbólico da palavra.

Desenhada em azul, ela reforça a *azulidade* (qualidade do azul) do cartaz, bem como possibilita uma visibilidade prolongada, pois conforme Farina (2000, p. 197), a sensibilidade à cor vai se diluindo à medida que esta se distancia da fóvea (região central da retina do olho humano onde se concentram os cones e onde se forma a imagem que será transmitida ao cérebro), sendo que as referentes ao azul e ao amarelo são as últimas que o indivíduo perde.

Ao dar nome ao estado brasileiro – Belo Horizonte – e fixar a data do evento, o caráter indicial prepondera, à medida que o nome próprio, bem como a data, singulariza o lugar e o tempo em que ocorrerão os jogos da Copa. Na relação com a representação visual, a inscrição verbal para um leitor desavisado ou que desconheça traços naturais e culturais do estado de Minas Gerais ou de Belo Horizonte vem socorrer a imagem para que a ambiguidade não prevaleça. Segundo Barthes (2009, p. 33), sua presença poria fim à cadeia de sentidos que a imagem propicia, dirigindo o olhar para uma interpretação mais satisfatória ou a que o emissor determinou. O papel do verbal seria o de ancoragem. Contudo, para um leitor que tem familiaridade com o objeto dinâmico do cartaz, o nome do lugar seria redundante. Assim vemos, mais uma vez, que o processo interpretativo está atrelado à experiência colateral do leitor/receptor, bem como os níveis de classificação dos signos.

### **Considerações finais**

A imagem do Brasil, em geral, sempre esteve vinculada, segundo Ribeiro (2000; 2002), ao tropicalismo, uma matriz que define o modo de representar o pertencimento ao Estado-nação brasileiro. Esta matriz envolve um povo “com uma história rica e culturalmente complexa na formação do Brasil, os negros, toda a problemática da mestiçagem, assim como uma série de estereótipos sobre a natureza.” (RIBEIRO, 2002, p. 259). Enfatiza, ainda, que a floresta tropical em sua exuberância é marca da distinção do país, tanto que a Amazônia está sempre presente nas discussões sobre o clima global, ou nas representações de turistas estrangeiros; enquanto outros símbolos nacionais – samba, capoeira, feijoada – estão relacionados à cultura negra e acabam prevalecendo também nas representações do país no exterior. O caráter exótico presente no tropicalismo

informa em suas metanarrativas que o povo brasileiro é alegre, sensual, exuberante.

Na construção da imagem do Brasil a ser disseminada aos olhos do mundo, constatamos que os símbolos usuais – as cores da bandeira, samba, carnaval, capoeira entre outros – dão lugar a uma nova simbologia que ressignifica o país. As imagens despem-se do lugar comum e passam a ressaltar a arte como forte elemento cultural, bem como aspectos da paisagem que identificam alguns estados do Brasil. A alegria, a sensualidade e a exuberância do povo brasileiro adquirem uma nova roupagem, que não se vale de imagens com forte conexão com existentes, as figurativas.

O traçado estilizado, comum a maior parte dos cartazes apresentados, brinca com o instituído e contribui para decantar o peso do símbolo, o que dá às representações visuais maior poder de sugestão e convida o intérprete à contemplação. Cria-se uma ambiência impregnada de cores, formas e texturas, ou ainda, impregnada pelo jogo construído com aspectos qualitativos, que suscita sensações e convida as pessoas a estar-junto.

Detendo-nos a Belo Horizonte, o que se agrega à sua imagem e, conseqüentemente à imagem do Brasil, vem do amálgama de natureza e arte que se materializa no próprio *design* das obras: incrustada no parque da Pampulha com seus jardins projetados por Burle Marx está a igreja de São Francisco de Assis que reproduz as montanhas de Minas – obra de Niemeyer – coberta ainda com painéis de Portinari; próximo dali, ergue-se o Mineirão e sua monumentalidade. A arte faz festa nesse pedaço do Brasil e cria nova simbologia enraizada na religiosidade, na simplicidade, na harmonia; caracteres que fogem ao excesso tão comum nas representações carnavalizadas do Brasil.

A série de cartazes que convida para a Copa do Mundo exerce a função de religar: ela une o Brasil aos brasileiros e ao resto do mundo, partilhando uma paixão comum, o futebol– valor dionisíaco e que remete ao presente –, bem como ressignificando a imagem do Brasil, por meio de um jogo de imagens. Ambos convidam à adesão, ao estar junto. Estilo e imagem, juntos.

## REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. **O Óbvio e o Obtuso**. Lisboa: Edições 70, 2009. 312p.

BURTS, A. W., v. VII-VIII, 1958. **The Collected Papers of Charles Sanders Peirce**. Harvard University Press, 1994. (citado como CP).

CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. **Dicionário de símbolos: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2008. 996p.

DONDIS, A. Donis. **A sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2007. 236p.

FARINA, M. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000. 242p.

MAFFESOLI, Michel. **A Contemplação do Mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995. 168p.

MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006. 232p.

MOLES, Abraham. **O cartaz**. São Paulo: Perspectiva, 1987. 259p.

PEIRCE, Charles Sanders. **Antologia Filosófica**. Lisboa: Casa da Moeda, 1998. 334p.

PESSOA, Fernando (Alberto Caieiro). **O guardador de rebanhos (XXIV – O que nós somos)**. Lisboa: Edições Ática, 1979.

RIBEIRO, Gustavo Lins. **Cultura e Política no Mundo Contemporâneo**. Brasília: Editora da UnB, 2000. 319p.

RIBEIRO, Gustavo Lins. Tropicalismo e Europeísmo: Modos de representar brasileiros e argentinos. In: FRIGERIO, Alejandro; RIBEIRO, Gustavo Lins (Orgs.). **Argentinos e brasileiros: encontros, imagens e estereótipos**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2002. 272 p.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Thomson, 2002. 186p.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. **Estratégias semióticas da publicidade**. São Paulo: Cengage Learning, 2010. 292p.