

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
CÂMPUS DE CURITIBA
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE DESENHO INDUSTRIAL
CURSO DE TECNOLOGIA EM ARTES GRÁFICAS**

ANDRÉ LUIZ DE OLIVEIRA

(889580)

JOSÉ EDUARDO LEITE VIEIRA

(889741)

**COLEÇÃO DE CARTÕES POSTAIS
NEOSSURREALISTA PARA COPA DO MUNDO
DE FUTEBOL FIFA 2014**

CURITIBA

2014

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
CÂMPUS DE CURITIBA
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE DESENHO INDUSTRIAL
CURSO DE TECNOLOGIA EM ARTES GRÁFICAS

ANDRÉ LUIZ DE OLIVEIRA
(889580)

JOSÉ EDUARDO LEITE VIEIRA
(889741)

COLEÇÃO DE CARTÕES POSTAIS
NEOSSURREALISTA PARA COPA DO MUNDO
DE FUTEBOL FIFA 2014

Proposta de Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à disciplina de Trabalho de Diplomação, do curso superior de Tecnologia em Artes Gráficas do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial da Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Manoel Alexandre Schroeder

CURITIBA
2014

TERMO DE APROVAÇÃO

TRABALHO DE DIPLOMAÇÃO Nº _____

**“COLEÇÃO DE CARTÕES POSTAIS NEOSSURREALISTA
PARA COPA DO MUNDO DE FUTEBOL FIFA 2014”**

por

**André Luiz de Oliveira
José Eduardo Leite Vieira**

Trabalho de Diplomação apresentado no dia 27 de novembro de 2014 como requisito parcial para a obtenção do título de TECNÓLOGO EM DESIGN GRÁFICO, do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico, do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Os alunos foram arguido(s) pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo, que após deliberação, consideraram o trabalho aprovado.

Banca Examinadora:

Prof. MSc. **Kando Fukushima**
DADIN - UTFPR

Prof. Esp. **José Marconi B. de Souza**
DADIN - UTFPR

Prof. MSc. **Manoel Alexandre Schroeder**
DADIN - UTFPR

Profa. MSc. **Josiane Lazaroto Riva**
Professor Responsável pela Disciplina de TD
DADIN – UTFPR

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

RESUMO

OLIVEIRA, André Luiz; VIEIRA, José Eduardo L. Coleção de Cartões Postais Neossurrealista para Copa do Mundo de Futebol FIFA 2014. 2014. Trabalho de Diplomação (Tecnologia em Artes Gráficas) – Departamento de Desenho Industrial, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2014.

A presente pesquisa traz um o projeto gráfico de uma coleção de cartões postais ilustrados com estilo neossurrealista. Esta coleção é fruto de análise realizada junto aos dezenove cartazes da Copa do Mundo de Futebol FIFA. A proposta de pesquisa busca compreender a evolução do design gráfico através da história do cartaz, em paralelo permeando aspectos com a história do futebol, cartão postal e o neossurrealismo. O objetivo destas pesquisas foi conseguir interligar estes quatro temas e como resultado construir as releituras no estilo Neossurrealista.

Palavras-chave: Projeto gráfico. Cartão postal. Coleção. Futebol. Design gráfico. Neossurrealismo. Copa do Mundo.

ABSTRACT

OLIVEIRA, André Luiz; VIEIRA, José Eduardo L. Neosurrealistic Post card collection to 2014 FIFA World Cup Football. 2014. Graduation Final Work (Graphic Arts Technology) – Industrial Design Department. Federal University of Technology – Paraná. Curitiba, 2014.

This research consists in a graphic Project of a illustrated post cards collection with neosurrealistic style. This collection is the result of the analysis made about the nineteen posters of the FIFA World Cup Football. The proposal of this research its the comprehension of the evolution of graphic design through the posters history, furthermore the aspects of the history of football, post card and the neosurrealism. The objective of these researches was realize a connection between these four subjects and as a result of that, build the rereadings in neosurrealism style.

Key-words: Graphic Project. Post card. Collection. Football. Graphic design. Neosurrealism. World Cup.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Primeiro Modelo de Cartão Postal.....	21
Figura 2 – Exemplo de Cartão Postal Topográfico.....	25
Figura 3 – Exemplo de Cartão Postal Temático	26
Figura 4 – Livro de regras de Futebol. Inglaterra 1863	29
Figura 5 – Camisa do FC Barcelona, bola e chuteira de 1899.....	30
Figura 6 – Escudo do Fluminense Football Club 1902.....	31
Figura 7 – Cartaz Jules Cheret Valentino.....	38
Figura 8 – Cartaz para Russian Exhibition, El Lissitsky. 1929	39
Figura 9 – Cartaz James Flagg - I want you. 1917. Fonte: Site Wikipédia	40
Figura 10 – Divisão dos Grupos para análise.....	44
Figura 11 – Grid de Análise Sintático do Grupo Jogador	46
Figura 12 – Grid de Análise Sintático do Grupo Bola	48
Figura 13 – Grid de Análise Sintático do Grupo Geografico.....	50
Figura 14 – Grid de Análise Sintático do Grupo Campo.....	53
Figura 15 – Etapas do processo de comunicação.....	54
Figura 16 – Cartaz da Copa do Uruguai 1930.....	57
Figura 17 – Cartaz da Copa da Itália1934.....	58
Figura 18 – Cartaz da Copa da França 1938	59
Figura 19 – Cartaz da Copa da Brasil1950	60
Figura 20 – Cartaz da Copa da Suíça1954	61
Figura 21 – Cartaz da Copa da Suécia 1958	62
Figura 22 – Cartaz da Copa do Chile 1962.....	64
Figura 23 – Cartaz da Copa da Inglaterra 1966	65
Figura 24 – Cartaz da Copa do México 1970.....	66
Figura 25 – Cartaz da Copa da Alemanha Ocidental 1974	67
Figura 26 – Cartaz da Copa da Argentina 1978.....	67
Figura 27 – Cartaz da Copa da Espanha 1982	69
Figura 28 – Cartaz da Copa do México 1986.....	70
Figura 29 – Cartaz da Copa da Itália 1990.....	72
Figura 30 – Cartaz da Copa dos Estados Unidos1994	74
Figura 31 – Cartaz da Copa da França 1998	75
Figura 32 – Cartaz da Copa do Japão-Coréia do Sul de 2002.....	76
Figura 33 – Cartaz da Copa da Alemanha 2006	78
Figura 34 – Cartaz da Copa da África do Sul 2010	80
Figura 35 – Fisk.....	85
Figura 36 – Go your own road.....	85
Figura 37 – Untitled	87
Figura 38 – Untitled	87
Figura 39 – White cosmonaut.....	89
Figura 40 – Acedia	89
Figura 41 – Modelo de Metodológico,	91
Figura 42 – Organograma da metodologia.....	92
Figura 43 – Fonte ITC Oficina Serif Bold.....	94
Figura 44 – Fonte ITC Oficina Serif Book.....	94
Figura 45 – Verso do Cartão Postal.	94

Figura 46 – Rafes de estudo do Cartaz da Alemanha 2006.....	95
Figura 47 – Imagens do satélite e telescópio <i>hubble</i>	97
Figura 48 – Sequencia do desenvolvimento Cartaz da Alemanha 2006	99
Figura 49 – Rafes de estudo do Cartaz do Uruguai 1930	100
Figura 50 – Imagens selecionadas para o Cartaz do Uruguai 1930.....	100
Figura 51 – Composição Final para Cartaz do Uruguai 1930.....	101
Figura 52 – Rafes de estudo do Cartaz da Itália 1934	102
Figura 53 – Rafes digitais de estudo para o Cartaz da Itália 1934	102
Figura 54 – Composição Final para Cartaz da Itália 1934	103
Figura 55 – Imagens selecionadas para o Cartaz da França 1938.....	104
Figura 56 – Composição Final para Cartaz da França 1938.....	105
Figura 57 – Rafes de estudo para o Cartaz do Brasil 1950.....	106
Figura 58 – Imagens selecionadas para o Cartaz do Brasil 1930	106
Figura 59 – Composição Final para Cartaz do Suíça 1954.....	107
Figura 60 – Rafes de estudo do Cartaz da Suíça 1954.....	108
Figura 61 – Imagens selecionadas para o Cartaz da Suíça 1954.....	108
Figura 62 – Composição Final para Cartaz da Suécia 1954	109
Figura 63 – Rafes de estudo do Cartaz da Suécia 1958.....	109
Figura 64 – Imagens selecionadas para o Cartaz da Suécia1958	110
Figura 65 – Composição Final para o Cartaz da Suécia 1958	111
Figura 66 – Rafes de estudo do Cartaz do Chile 1962.....	112
Figura 67 – Imagens selecionadas para o Cartaz do Chile 1962.....	112
Figura 68 – Composição Final para Cartaz do Chile 1962.....	113
Figura 69 – Rafes de estudo do Cartaz da Inglaterra 1966.....	114
Figura 70 – Rafes digitais de estudo para o Cartaz da Inglaterra1966	115
Figura 71 – Imagens selecionadas para o Cartaz da Inglaterra 1966	115
Figura 72 – Composição Final para Cartaz da Inglaterra 1966	116
Figura 73 – Rafes de estudo do Cartaz do México 1970	117
Figura 74 – Imagens selecionadas para o Cartaz do México 1970.....	117
Figura 75 – Composição Final para o Cartaz do México 1970.....	118
Figura 76 – Rafes de estudo do Cartaz da Alemanha 1974.....	119
Figura 77 – Rafes digitais de estudo para o Cartaz da Alemanha 1974	120
Figura 78 – Imagens selecionadas para o Cartaz da Alemanha 1974.....	120
Figura 79 – Composição Final para o Cartaz da Alemanha 1974.....	121
Figura 80 – Rafes de estudo para o Cartaz da Argentina 1978	122
Figura 81 – Imagens selecionadas para o Cartaz da Argentina 1978.....	122
Figura 82 – Composição Final para o Cartaz da Argentina 1978.....	123
Figura 83 – Rafes de estudo para o Cartaz da Espanha 1982.....	124
Figura 84 – Imagens selecionadas para o Cartaz da Espanha 1982	125
Figura 85 – Composição Final para o Cartaz da Espanha 1982	125
Figura 86 – Rafes de estudo para o Cartaz do México 1986	126
Figura 87 – Imagens selecionadas para o Cartaz do México 1986.....	127
Figura 88 – Composição Final para Cartaz do México 1986.....	128
Figura 89 – Rafes de estudo do Cartaz da Itália 1990	129
Figura 90 – Rafes digitais de estudo para o Cartaz da Itália 1990	129
Figura 91– Imagens selecionadas para o Cartaz do Itália 1990.....	130
Figura 92 – Composição Final para o Cartaz da Itália 1990	131

Figura 93 – Rifes de estudo para o Cartaz do Estados Unidos 1994.....	132
Figura 94 – Imagens selecionadas para o Cartaz dos Estados Unidos 1994	132
Figura 95 – Composição Final para o Cartaz do Estados Unidos 1994	133
Figura 96 – Rifes de estudo para o Cartaz da França 1998.....	134
Figura 97 – Rafe digital de estudo para o Cartaz da França 1998	135
Figura 98 – Imagens selecionadas para o Cartaz da França 1998	135
Figura 99 – Composição Final para Cartaz da França1998.....	136
Figura 100 – Rifes de estudo para o Cartaz do Coreia/Japão 2002	137
Figura 101 – Imagens selecionadas para o Cartaz da Coreia/Japão 2002.....	138
Figura 102 – Composição Final para Cartaz da Coreia/Japão2002.....	138
Figura 103 – Rifes de estudo para o Cartaz da África do Sul 2010	139
Figura 104 – Imagens selecionadas para o Cartaz da África do Sul 2010.....	140
Figura 105 – Composição Final para Cartaz da África do Sul 2010.....	140

SÚMARIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. OBJETIVO.....	13
2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
3. JUSTIFICATIVA.....	15
4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
5. O CARTÃO POSTAL	20
5.1 HISTÓRIA DO CARTÃO POSTAL.....	20
5.1.1 Pré História	22
5.1.2 Precursores.....	22
5.1.3 Consolidação	22
5.1.4 Período de Ouro:.....	23
5.1.5 Hibernação:.....	23
5.1.6 Renovação:.....	23
5.2 CARTOFILIA	24
5.1 FORMATOS DOS CARTÕES POSTAIS	26
5.2.1 Clássico ou Antigo.....	26
5.2.2 Moderno ou Italiano.....	26
5.2.3 Vanguarda & Bizarros:	27
6. FUTEBOL.....	28
6.1 DEFINIÇÃO.....	28
6.2 HISTÓRIA DO FUTEBOL	28
6.3 HISTÓRIA DO FUTEBOL NO BRASIL	30
6.4 COPA DO MUNDO	32
7. O CARTAZ	34
7.1 DEFINIÇÃO.....	34
7.2 BREVE HISTÓRIA DO CARTAZ NA CIVILIZAÇÃO OCIDENTAL.....	35
7.3 O CARTAZ COMO PEÇA PUBLICITÁRIA.....	37
8. ANÁLISE DOS CARTAZES.....	41
8.1 A NECESSIDADE DA ANÁLISE	41
8.2 ANÁLISE FUNCIONAL, MORFOLÓGICA E ESTRUTURAL	43
8.2.1 Análise Grupo Jogador.....	45

8.2.2	Análise Grupo Bola	47
8.2.3	Análise Grupo Geográfica	49
8.2.4	Análise Grupo Campo	52
8.3	Análise Histórica, Social e Cultural	54
8.3.1	Primeiro Período: A Era da Ilustração - Década de 1930 a 1950.....	56
8.3.2	Uruguai – 1930.....	57
8.3.3	Itália – 1934.....	58
8.3.4	França – 1938	59
8.3.5	Brasil – 1950	60
8.3.6	Suíça – 1954	61
8.3.7	Suécia – 1958	62
8.3.8	Segundo Período: A Era da Fotografia - Década de 1960 a 1980	63
8.3.9	Chile – 1962.....	63
8.3.10	Inglaterra – 1966	64
8.3.11	México – 1970.....	65
8.3.12	Alemanha Ocidental – 1974.....	66
8.3.13	Argentina – 1978.....	67
8.3.14	Espanha – 1982	68
8.3.15	México – 1986.....	69
8.3.16	Terceiro Período: A Era Digital - Década de 1990 ate o presente.	71
8.3.17	Itália – 1990.....	71
8.3.18	Estados Unidos – 1994	73
8.3.19	França – 1998	74
8.3.20	Coréia do Sul & Japão – 2002	75
8.3.21	Alemanha – 2006	77
8.3.22	África do Sul – 2010.....	78
9.	NEOSSURREALISMO	81
9.1	BREVE HISTÓRIA	81
9.2	O NEOSSURREALISMO COMO FORMA DE ARTE	82
9.3	PRINCIPAIS EXPOENTES	83
9.3.1	Erik Johansson.....	84
9.3.2	Kyle Thompson	86
9.3.3	Jeremy Geddes.....	88
10.	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	90

10.1.1	Tipologia.....	93
10.1.2	Alemanha 2006	95
10.1.3	Uruguai 1930.....	99
10.1.4	Itália 1934.....	101
10.1.5	França 1938.....	103
10.1.6	Brasil 1950	105
10.1.7	Suíça 1954	107
10.1.8	Suécia 1958	109
10.1.9	Chile 1962.....	111
10.1.10	Inglaterra 1966	113
10.1.11	México 1970.....	116
10.1.12	Alemanha 1974	118
10.1.13	Argentina 1978.....	121
10.1.14	Espanha 1982	123
10.1.15	México 1986.....	126
10.1.16	Itália 1990.....	128
10.1.17	Estados Unidos 1994	131
10.1.18	França 1998.....	133
10.1.19	Japão e Coréia do Sul 2002.....	136
10.1.20	África do Sul 2010.....	138
	CONCLUSÃO	142
	REFERÊNCIAS.....	144
	APÊNDICES	147
	ANEXOS	149

1. INTRODUÇÃO

O Cartão Postal, com seu surgimento por volta de 1869, teve seu momento de glória, no sentido de servir de interação entre indivíduos, principalmente a longa distância, da mesma maneira que hoje as redes sociais funcionam. Pode-se ainda ressaltar que seu surgimento foi um dos grandes catalisadores no que diz respeito aos meios de comunicação impressos. Nas singelas palavras do escritor e artista plástico Pierre Tillman (1992, p.122).

“Os postais são isso, eles vão, eles vêm, lembramo-nos deles, esquecemo-los (...) são como a vida. Há isso que fizemos e isso que não fizemos, isso que poderíamos ter feito, isso que não pudemos fazer, isso que sonhamos fazer, e isso de que nos esquecemos.”

Desta forma esse trabalho visa produzir uma coleção de cartões postais, e assim ajudar a preservar a história desse modelo de comunicação que foi tão popular no final do século XIX e meados do XX, e aos poucos perdeu seu espaço com o avanço de novas tecnologias, dentre elas se não a maior, a internet. Contudo, sobrevive, sendo um importante objeto iconográfico para a sociedade, seja retratando os lugares, ou servindo de suporte de divulgação para trabalhos artísticos e eventos, mantendo a essência de ser uma maneira interessante de transmitir uma mensagem para outras pessoas.

No ano de 2014 o Brasil será sede da Copa do Mundo de Futebol, organizado pela entidade maior do futebol, a FIFA (Federação Internacional de Futebol Associado). Dentro deste panorama o evento combina com a ideia de fazer um registro gráfico em forma de Cartão Postal, fazendo valer a importância cultural que este evento traz para o país. A coleção vai se basear na releitura dos Cartazes dos eventos já realizados, desde sua primeira edição em 1930 até sua última em 2010, na África do Sul.

Para realizar a releitura, o projeto utilizará o estilo neossurrealista. Conforme destaca Sasso (2012, p165) “é um gênero artístico que nasceu inspirado no movimento

Surrealista e sua rica maneira de se expressar”. Este estilo artístico, que ganhou muita força com a utilização de aplicativos gráficos de manipulação de imagem, tem suas bases no Surrealismo de Salvador Dalí. Porém, sendo de certa forma mais livre, pois não fica atrelado aos conceitos complexos do irracional e subconsciente aplicado no surrealismo. Apesar disso, não deixa de criar imagens que cativam e surpreendem o espectador.

2. OBJETIVO

Confecção de cartões postais colecionáveis com estilo de arte neossurrealista, como forma de registro cultural da Copa do Mundo FIFA, realizada no Brasil em 2014.

2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Buscar e analisar informações sobre o Postal: surgimento, primeiras aplicações, processos de confecção, pontos de venda ou distribuição (onde é encontrado comumente e de que forma), manuseio, utilização, descarte;
- Reunir parte do histórico do Cartaz como peça gráfica de comunicação social, para melhor entender a sua estrutura de funcionamento e assim poder aplicar de maneira adequada os elementos que o constituem;
- Pesquisar sobre a utilização do Cartaz como forma de comunicação visual para eventos internacionais, da mesma dimensão da Copa do Mundo, ou mesmo menos significativo;
- Fazer um levantamento e análise dos Cartazes oficiais produzidos para o evento da Copa do Mundo FIFA, desde seu surgimento em 1930, no Uruguai até sua última edição em 2010 na África do Sul;
- Fazer um recorte Histórico do futebol, tanto nacional quanto internacional, para servir de embasamento teórico no sentido das releituras (o que pode-se fazer ou deixar de fazer que não vá contra algum fator histórico ou mesmo “conceitual”)

- Pesquisar o histórico do movimento artístico neossurrealista, bem como ícones do movimento e algumas aplicações importantes para referenciar os conceitos que serão aplicados nos postais;
- Elaborar um novo material que agregue valor, rentabilidade, identidade e personalidade ao evento Copa do Mundo FIFA.

3. JUSTIFICATIVA

A utilização do design gráfico na confecção de peças gráficas para difusão de movimentos ou mesmo eventos vêm de longa data. Na época Renascentista, com o intuito de promover determinada jornada aos mares, navegantes se utilizavam de pinturas nas paredes para oferecer vagas nos navios para novos tripulantes. Já num período mais contemporâneo, têm-se a utilização de peças gráficas como principais ferramentas de comunicação entre instituições governamentais, ou mesmo privadas, com a população de um modo geral. A relatar aqui como exemplo, os Cartazes produzidos durante a Revolução Russa, liderados pelo design direto de El Lissitzky, sobretudo. Uma linguagem rápida e de fácil compreensão que evocava à nação, em sua grande maioria analfabeta até então, um sentimento de luta pelos seus direitos.

A Copa do Mundo, com países oriundos dos cinco continentes, transmite através do futebol, não apenas uma disputa entre nações, mas um encontro de diversos povos que se mesclarão por um determinado período, trocando informações sociais e culturais.

Cada país sede terá a oportunidade de se mostrar para o restante do globo. Fatores como meios de transporte, agilidade nos serviços, hospitalidade, entre outros, estão atrelados ao bom funcionamento do Evento. O primeiro contato que o país sede terá com os futuros hóspedes se dará à partir da promoção realizada. E esta, desde a primeira edição em 1930, tem como diferencial a utilização do Cartaz, daí a sua importância para o Evento.

Ao longo dos anos, e sucessivamente com o passar das edições, cada país sede buscou transmitir através de seu Cartaz um sentimento, seja este ligado a geografia, a cultura ou mesmo ao próprio time. Mas que, de certa forma, sempre rememoravam algo distinto, pertencente àquela determinada região do globo. Era a forma encontrada para mostrar um pouco de si, visando angariar novos povos.

O intuito de fazer uma releitura de Cartazes da Copa do Mundo surgiu com base na emoção atrelada ao Evento em si. A troca de informações, sociais e culturais, entre os indivíduos que farão parte da Copa é um momento único. São pessoas que talvez, se não fosse pela paixão mútua pelo esporte, jamais se encontrariam de outra maneira.

Acrescentando ainda a este fato, há o decréscimo na utilização de meios impressos em detrimento da utilização de meios digitais. O Cartaz aliás, conforme menciona Hollis (2001, p.11) foi o grande meio responsável por instituir a profissão do designer gráfico.

A utilização do Cartão Postal como produto final segue o mesmo intuito do Cartaz, um meio que outrora fora muito importante e que hoje encontra-se praticamente em desuso. Seguindo a mesma linha que o Cartaz destaca para um filme ou peça de teatro que está sendo veiculada naquele determinado momento, alegando que esses estão “em Cartaz”, o postal funciona para determinar se um ponto turístico é ou não bonito, ou mesmo digno de visitação.   comum a utiliza o da expressão de que “essa ponte estaiada   tão feia que não serve nem de cartão-postal” ou ainda “o Coliseu   um dos grandes cartões-postais da Europa”.

Essas expressões demonstram a fozca que esses meios tiveram num passado não muito distante e que, com este trabalho, visa-se ressaltar e, de certa forma, revalidar.

A utiliza o do neossurrealismo como temática destes postais se d  primeiramente pela sua fuga da realidade, o que se assemelha de certa forma ao Evento. Será um mês em que aparentemente os problemas não mais existem e tudo funciona perfeitamente. Em segundo momento, a escolha desse movimento artístico se dá pela utiliza o do sonho como uma temática recorrente. Os artistas visavam através dos sonhos retratar algo fora dos padrões considerados regulares. O sonho de ser campeão do mundo   o que faz com que na es disputem o torneio.

Em síntese, este projeto tem como visão social trazer ao conhecimento geral um estudo dos Cartazes atrelado aos países que foram sede do evento “FIFA World Cup”, bem como fazer uma releitura destes, produzindo   partir desta, postais como registro cultural para a utiliza o da popula o, seja nacional ou internacional. Além de servir como utensílio de lembrança para quem visitou ou fez parte do Evento. Bem como utensílio de comunica o entre indivíduos de quaisquer partes do mundo.

No sentido acad mico, o material poderá servir como metodologia de estudo do design gráfico para estudantes, professores ou interessados da área, que busquem se inteirar acerca da produ o/confec o de peças de comunica o - aqui voltada

especificamente para os modelos de Cartaz e Cartão Postal - para eventos de carácter mundial.

4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Os postais servem para, antes de tudo, resgatar um elo entre indivíduos, principalmente distantes, que desejava ter-se próximos, dividindo aquele momento, naquele lugar. Este fato, dos postais como forma de comunicação remonta a algo temporal, uma forma de comunicar o passado com o presente, ou mesmo com o futuro, guardando para a posteridade, a memória do evento.

O intuito de utilizar o postal como produto final deste trabalho remete exatamente a este sentido, o de postergar este meio de comunicação à memória.

Dessa forma, a utilização do Cartão Postal traria a tona novamente aquele sentimento mútuo, entre o remetente e o destinatário. Com os meios de comunicação eletrônicos, o Cartão Postal foi deixado de lado. É muito mais fácil e ágil tirar uma foto com a câmera do celular, postar esta no *“instagram”* e marcar o perfil do usuário para quem se destina a imagem do que recorrer a um meio de comunicação impresso. A instantaneidade daquele processo favorece em detrimento da demora deste.

Porém, esta instantaneidade do meio digital pode por vezes se perder pelo caminho, seja por fatores mais tênues-efêmeros, como a ausência de sinal da operadora no local onde o remetente se encontra, impedindo assim, o compartilhamento da imagem com o destinatário. Ou ainda, por outro fator mais preponderante, ressaltado por Jacques Derrida (1995, p.142) o *“Mal d’archive”*. Segundo o escritor, este mal está relacionado a forma de armazenamento que temos com nossos pertences. As pessoas não estão mais acostumadas, como eram há algum tempo, de ampliarmos fotos e deixá-las expostas pela casa. Pelo contrário, utiliza-se armazenar registros de momentos importantes da vida dentro de computadores ou mesmo deixando-as *online*, em páginas da internet, *blogs* ou mesmo redes sociais.

Assim, os postais como forma de comunicação impressa, serviriam para buscar novamente esses valores, de algo sólido, que pode ser rememorado quando bem se entende, desde que se esteja à mão.

“O postal ilustrado é em simultâneo um meio de comunicação interpessoal, um instrumento de difusão e de publicidade associado às indústrias culturais, um objeto de consumo e um objeto de coleção.” (CORREIA, MARIA DA LUZ, 2007)

Como ressalta em seu texto, o postal seria mais do que simples *bytes*, perdidos num disco rígido qualquer, ele é, antes de tudo, uma forma de valorizar um determinado momento, podendo até mesmo possibilitar à alguns *déjà-vu's*. Além disso, o valor do postal, em contrapartida de sua escassa utilização atual, ainda serve como elemento transformador no sentido de embelezamento de determinado local. Qualquer lugar, seja ele construído pelo homem ou mesmo pela natureza, ganha um novo patamar entre belo e feio, pela simples nomenclatura de “servir como cartão-postal” ou não. Por diversas vezes, apesar do desuso dessa ferramenta, ainda ouvimos que determinado local é cartão-postal daquela cidade. É freqüente ouvir, por exemplo, e correto dizer, que o “Cristo Redentor é um Cartão Postal da cidade do Rio de Janeiro”. O Cartão Postal passou a ser um referencial e não mais apenas um objeto feito de papel.

Portanto, para a utilização da arte postal neste trabalho, existia a necessidade da busca de uma temática que estivesse à altura de sua grandeza. Esta aconteceu com a advinda da Copa do Mundo de Futebol para terras brasileiras em 2014. Através da releitura dos Cartazes utilizados para promoção deste evento, agora na forma de postais, este trabalho visa melhorar a situação desse meio de comunicação, que vem perdendo força com o avanço de novas tecnologias.

“Conhecer comunicação visual é como aprender uma língua, língua feita só de imagens, mas imagens que têm o mesmo significado para pessoas de todas as nações, portanto de todas as línguas” (MUNARI, 1989,p58). Aproveitando esse raciocínio percebe-se o quão rico pode ser a análise dos Cartazes da copa do mundo de futebol uma vez que, eles (os Cartazes) conseguem chegar a diversas nações e devem entregar uma mensagem visual reconhecível pelos receptores de diferentes culturas.

5. O CARTÃO POSTAL

5.1 HISTÓRIA DO CARTÃO POSTAL

Assim como outras tecnologias do século XIX o Cartão Postal também tem registros de uso em várias partes do mundo em datas diferentes, e isso pode incluir aspectos de formatos e suportes para o uso postal. Pode-se dizer que é um modelo de mídia que veio evoluindo ao longo dos tempos até ser registrado como instrumento de comunicação e produto industrial comercial.

Segundo Antônio Miranda (1985), o primeiro modelo dessa mídia foi atribuído aos chineses no século X, onde um cartão com uma ilustração era utilizado como meio de comunicação com mensagens curtas. Na Europa, seu aparecimento se dá no Renascimento, onde a proposta se aproximava mais de um “cartão de visitas”, mas que aos poucos foi ganhando mais espaço e interesse das pessoas, assim começando a se tornar objeto de colecionadores, estudiosos e viajantes.

Foi apenas na segunda metade do século XIX, nos Estados Unidos, que tem-se o primeiro registro da invenção do Cartão Postal, entretanto não se conhece um exemplar físico deste. No ano de 1869, na Áustria, é que realmente adota-se esse sistema de correspondência aberta, depois que um professor de Economia Política da academia Militar de Viena chamado Emmanuel Hermann, publicou um artigo sugerindo o modelo pela praticidade e economia que iria gerar (Figura 1).

O sucesso desse modelo de correspondência foi muito grande e rápido, ainda segundo Miranda, em seus primeiros três meses de existência teve um número próximo a três milhões de unidades comercializadas, chegando a dez milhões em seu primeiro ano. Dados esses, apenas referentes as unidades comercializadas dentro do Império Austro-húngaro.

Graficamente ele era diferente dos padrões hoje conhecidos, seu formato era de 12x8,5cm, a única ilustração era o selo impresso num cartão de cor levemente amarelada, tinha ainda um lado destinado para o remente e outro para mensagem que a

pessoa gostaria de transmitir. Chamado de *postkarten* podia circular apenas dentro do Império. Sua popularização está relacionada diretamente com o seu valor, ele custava metade do preço de uma carta com envelope.

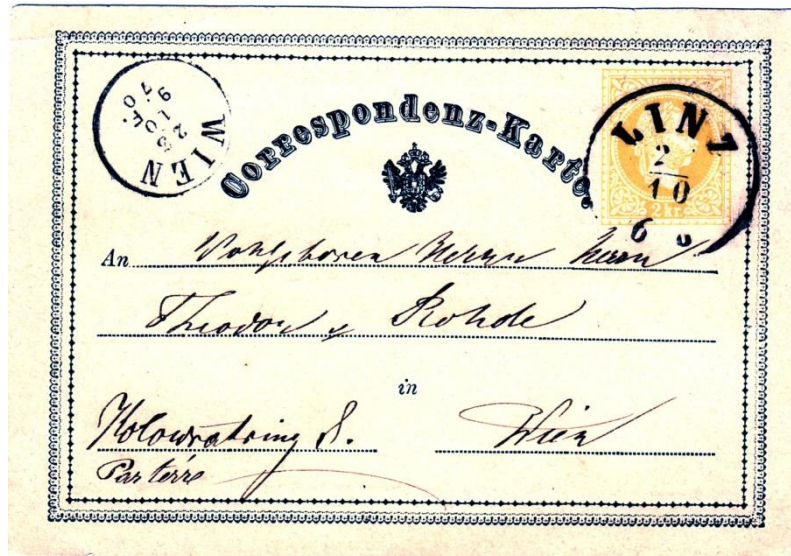


Figura 1 – Primeiro Modelo de Cartão Postal
Fonte: Site Wikipédia¹

Neste momento não demorou muito para que outros países adotassem o sistema do Cartão Postal, Bavária, Suíça, Inglaterra, Luxemburgo e Turquia implantaram o sistema em 1870. Holanda, Bélgica, Dinamarca, Finlândia e Canadá em 1871. Suécia, Noruega, Rússia e Ceilão em 1872. França, Estados Unidos, Chile, Sérvia, Romênia, Japão, Espanha e Itália em 1873. Grécia, Portugal e Pérsia em 1876. Argentina em 1878, entre outros.

No Brasil o Cartão Postal aparece oficialmente em 1880, seguindo a mesma proposta já conhecida da Europa, onde um lado era reservado para o endereço com o selo postal (que já vinha impresso), no seu verso as pessoas podiam escrever a mensagem. Dentro deste contexto é significativo ressaltar que em todos esses países citados o Cartão Postal era um monopólio do estado, desde sua produção até o momento da comercialização.

¹ Disponível em: <<http://de.wikipedia.org/wiki/Postkarte>> Acesso em fev. 2014

Desde o início da sua utilização até a virada do século XIX para o XX, ficou clara a evolução do Cartão Postal como importante meio de comunicação de sua época. Mas, mais do que isso, com a introdução da litografia no processo de confecção, auxiliando na aplicação de ilustrações, bem como da inserção de fotografias, o Cartão Postal ganha importância iconográfica, se torna um registro documental. Ajuda a preservar a história da sociedade, se torna objeto que nutre a curiosidade e desperta desejo de colecionadores e pessoas comuns.

Com o intuito de prover uma ordem cronológica mais organizada do Cartão Postal, o livro “O que é cartofilia” (MIRANDA, Antônio. 1985) utiliza a seguinte divisão para descrever a evolução do Cartão Postal:

5.1.1 Pré História

Todos os materiais semelhantes ao Cartão Postal anteriores a 1869, como os cartões de felicitações chineses do século X e os cartões de visita utilizados no Renascimento.

5.1.2 Precursores

O Cartão Postal do Império Austro-húngaro de 1869 - 1889, e suas versões adaptadas pelo mundo afora que seguiam basicamente o mesmo padrão traduzido para idioma natural.

5.1.3 Consolidação

A quebra do monopólio estatal de sua produção, e utilização de imagem em um dos lados do cartão, seja ela uma ilustração ou fotografia. Considera-se o marco desta época o cartão lançado na Exposição Universal de 1889 realizado na cidade de Paris na

França, com o primeiro Cartão Postal ilustrado. Essa fase de consolidação perdura até o fim do século, em 1900.

5.1.4 Período de Ouro:

Fase de 1900 a 1920, onde o Cartão Postal experimenta a popularidade como meio de comunicação de massa.

5.1.5 Hibernação:

Período dentre as duas grandes guerras mundiais e que se estende até 1960, os materiais existentes não possuem uma qualidade e existe uma queda da atividade editorial.

5.1.6 Renovação:

De 1960 em diante, surgem novos investidores, clubes de colecionadores, feiras, catálogos e uma série de materiais que são comercializados principalmente por colecionadores de toda parte do globo até meados da década de 1980.

Principalmente à partir de sua fase de consolidação pós 1889, onde deixa de ser uma mídia de gênero textual e transforma-se numa plataforma de comunicação, o Cartão Postal se torna uma das grandes ferramentas de comunicação, obviamente dentro de suas proporções.

Ao mesmo tempo que o indivíduo encontra as características essenciais de enviar uma mensagem ao destinatário, ele pode também levar junto uma imagem da realidade de determinado lugar, registrado por meio de fotografia ou ilustração, notoriamente podendo ser considerado um artefato de registro histórico de sua época, contribuindo para preservação histórica da sociedade.

Na atualidade as pessoas possuem mais recursos para estar viajando e conhecendo novos lugares, além da comunicação em tempo real com a utilização da internet, redes sociais em conjunto da fotografia digital o modelo de uso mais popular do Cartão Postal acabou sendo deixada de lado. Uma pesquisa realizada no Reino Unido mostra que em uma década (1997-2007), o mercado de Cartão Postal teve uma diminuição de 75% (fonte Wikipédia)², mostrando assim que o seu uso cai num mais específico de gosto pessoal do consumidor

5.2 CARTOFILIA

Cartofilia é o nome dado para a prática de colecionar cartões postais. O primeiro aspecto técnico a ser avaliado numa coleção é o tema. Para a cartofilia existem duas divisões: o Cartão Postal Topográfico (Figura 2) e o Temático (Figura 3).

Os Topográficos são os cartões postais que funcionam como os registros geográficos de uma determinada localidade, muito utilizados como lembrança turística. Servem como utensílio de registro da passagem de determinado indivíduo por certo local.

Esse modelo costuma ser mais repetitivo, mas nem por isso deixa de ter importância, uma vez que as fotografias utilizadas têm maior qualidade técnica, muitas delas produzidas por profissionais de renome, podendo ainda ter versões ilustradas que são bem valorizadas. Uma curiosidade é que quem os produz, não quer que apareçam pessoas, carros e propagandas, afim de que o postal não envelheça no ponto de venda, em contrapartida, são os itens que os colecionadores mais gostam de encontrar.

² Disponível em: <<http://de.wikipedia.org/wiki/Postkarte>> Acesso em fev. 2014



Figura 2– Exemplo de Cartão Postal Topográfico
Fonte: Coleção dos Autores

Os Temáticos são os cartões postais que, como o nome já diz, trazem determinado tema. As possibilidades dessas coleções são muito diversificadas e acaba demonstrando muito a personalidade do colecionador. Os temas mais recorrentes são os eróticos, flora e fauna, transportes, românticos entre outros. Vale ressaltar que existem preferências diferentes, de modo a ter cartões extremamente especializados, enquanto outros se divertem apenas com uma coleção mais espontânea de forma aleatória, o que constitui mais num ajuntamento do que numa coleção. Há ainda quem colecionem apenas cartões que vieram pelo correio destinado em seu nome, como em oposto, há aqueles que colecionam cartões sem uso.



Figura 3 – Exemplo de Cartão Postal Temático
Fonte: Coleção dos Autores

5.1 FORMATOS DOS CARTÕES POSTAIS

Existem três formatos de cartões postais mais populares:

5.2.1 Clássico ou Antigo

Fazem parte dessa categoria os postais do final do século XIX até a década de 40 do século XX. Seu tamanho padrão é de 9x14 cm. Esse formato foi muito usado no Brasil até meados da década de 1960 (sec. XX). Nos Estados Unidos ele ainda é utilizado, sendo conhecido como “formato americano”.

5.2.2 Moderno ou Italiano

Esse formato existe desde os primórdios do Cartão Postal, possui as dimensões de 10x14cm, mas foi apenas na década de 50 do século XX que veio a tornar-se popular, principalmente na Itália e depois ganhando espaço internacionalmente. Ele é impresso no processo “*off-set*” em policromia, onde existe uma laminação plástica que protege a

impressão. No entanto, existem outras versões de produção como a serigrafia, tipografia e xilogravura, mas que não são tão populares.

5.2.3 Vanguarda & Bizarros:

Este modelo não se prende a uma regra específica de tamanho ou processo de impressão. Sua característica está exatamente em extravasar as possibilidades comuns das versões já apresentadas, podendo usar formatos diferentes como um círculo ou um hexágono, por exemplo. Por outro lado, utilizam muitas inovações com imagens em alta definição ou tridimensionais, transparências, relevos, tintas fosforescentes. Enfim, tudo o que a criatividade e os processos permitirem produzir. Por carregar características tão especiais são altamente colecionáveis, mesmo possuindo um preço elevado com relação aos tradicionais.

6. FUTEBOL

6.1 DEFINIÇÃO

Jogo entre dois grupos de onze jogadores, em campo retangular, onde cada grupo procura fazer entrar uma bola no gol adversário, sem tocar com a mão, tantas vezes forem possíveis, durante noventa minutos de partida.

6.2 HISTÓRIA DO FUTEBOL

Em livros e documentos, encontra-se o nome da Inglaterra como o berço desse esporte tão popular no mundo, mas isso é uma parte da história. Não é estranho encontrar vestígios em outras culturas, muito antes dos ingleses colocarem seu nome como inventores desse esporte.

A primeira aparição da utilização dos pés para chutar uma bola é encontrado na China por volta de 2500 a.C. a 2000 a.C., o *Tsu-chu* era uma prática de adestramento militar, segundo Duarte (2000) existe uma discussão entre historiadores à respeito, mas essa versão é a mais utilizada. Há ainda demais exemplos de outros pontos do globo e de outras épocas como o *Pak tapok* da cultura Maia em 900 a.C., utilizando uma bola de borracha jogavam-na com o objetivo de fazê-la passar dentro de um anel feito de pedra fixada em uma parede, era uma cerimônia onde o capitão da equipe derrotada era sacrificado como oferenda aos deuses.

Na Grécia Antiga (800 a.C.) jogava-se o *Episkykos*, que apesar da semelhança de jogar dentro de uma quadra com dois postes de cada lado, ainda se utilizava as mãos. Os romanos após dominarem a Grécia, fazem algumas mudanças desse esporte e passam a chamá-lo de *Harpastum*, assim como na China, era também utilizado como parte de treinamento militar, e, devido a este fato em conjunto com sua ocupação pelo continente, disseminam o esporte pela Europa.

Na Idade Média, ainda no velho continente, cada região molda e configura de maneiras diferenciadas o esporte. Para os gauleses existia o *Soule*, uma adaptação do *Harpastum*; já na região de Florença, na Itália, surge o Calcio Fiorentino, por volta de 1529. (LEAL; JÚLIO CESAR, 2001).

Um dos fatores que tornam o futebol popular mundialmente é o fato de possuir poucas regras, auxiliando assim na sua prática. Porém, essas regras demoraram a serem instituídas. Foi apenas no ano de 1823, que os ingleses, ao se reunirem num pub londrino, instituíram as normas de um novo esporte (Figura 4), que à partir daquele momento passaria a se chamar oficialmente de *foot-ball*. Dentre estas regras, a que mais se sobressaía e gerava algum sentido de discórdia era o fato de os jogadores não poderem se utilizar das mãos para a prática do esporte.

Rapidamente o futebol se populariza e com a unificação das regras surge posteriormente a Federação Inglesa de Futebol em 1863, a partir desse momento o futebol expande e conquista popularidade em outras nações do globo.

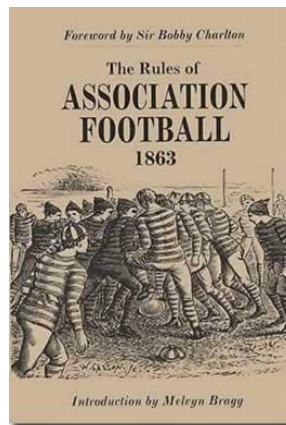


Figura 4– Livro de regras de Futebol. Inglaterra 1863
Fonte: Site Travinha Esportes³.

No Final do século XIX o esporte já era jogado profissionalmente dentro da Inglaterra. Uma data importante para o mundo do futebol, atrelado a este projeto, é o ano de 1904, quando surge a Federação Internacional de Futebol Associado (FIFA), que se

³ Disponível em: <<http://www.travinha.com.br/esportes-coletivos/57-futebol-de-campo/217-futebol-a-historia>> Acesso em maio 2014.

torna a entidade máxima do futebol internacional, responsável por regulamentar as regras e organização das associações ao redor do globo.



**Figura 5 – Camisa do FC Barcelona, bola e chuteira de 1899.
Fonte: Site Soccer Ball World⁴**

6.3 HISTÓRIA DO FUTEBOL NO BRASIL

Assim como ocorreu em outros locais do globo, no Brasil já existia a prática do antecessor do futebol, era o “Jogo da Bola”, que em 1746 foi proibido por lei em São Paulo, com a alegação de causar baderna e reunir desocupados.

A versão oficial do *foot-ball* desembarcou no Brasil em 14 de abril de 1895, este fato atribuído a Charles Müller, brasileiro de descendência inglesa que regressava da Inglaterra com duas bolas de futebol e mais equipamentos para a prática do esporte. Sendo responsável por organizar um modelo mais competitivo, difundindo as regras e o esporte em si, organizou jogos entre os clubes da época. Talvez assumir que ele trouxe o futebol para o país seja um tanto exagerado, mas é inegável o fato de ter sido o grande patrono do futebol no Brasil. (SANTOS NETO; JOSÉ MORAES DOS, 2002).

O futebol desta época era elitista, haja visto o alto custo do material esportivo (bolas, chuteira, uniformes), que eram todos importados. Não era um esporte muito bonito

⁴Disponível em: <<http://www.soccerballworld.com/History.htm#Balls%20in%201800%27s>> Acesso em maio 2014.

de se assistir, pois ainda havia muito contato físico, chegando a ser violento muitas vezes (LEAL; JÚLIO CESAR, 2001). O futebol mantinha as características originais da Inglaterra, chegando ao ponto de ser chamado de “violento esporte bretão”.

A citação a seguir é uma descrição do primeiro jogo da seleção brasileira de futebol contra um clube profissional inglês em 1914, que demonstra bem o quão agressivo era o esporte no início:

Perante um estádio lotado, o jogo começou e os ingleses puseram em prática uma dinâmica de choques. Ao perceberem a incrível agilidade e velocidade de Rubens Salles e Formiga, somadas a magia dos dribles de Friedereich, impuseram marcação individual sobre os atacantes brasileiros. O prêmio em dinheiro deixou de ser dado como certo. Contando com a complacência do árbitro inglês Harry Robinson, os ingleses jogaram com extrema violência. Friedereich perdeu dois dentes, e chegou ao final bastante ensanguentado.(SANTOS NETO; JOSÉ MORAES DOS, 2002, pag54).

No século XX, na maioria dos estados brasileiros, começaram a surgir clubes de futebol, e conseqüentemente as ligas estaduais. O Fluminense, time tradicional do Rio de Janeiro, foi o primeiro a utilizar no nome o termo *Foot Ball Club* em 1902. Com esse crescimento, naturalmente surgiram os primeiros jogos internacionais, dos quais participavam principalmente clubes argentinos, brasileiros e uruguaios.



Figura 6– Escudo do Fluminense Football Club 1902
Fonte: Site Sidney Rezende⁵

⁵ Disponível em: <<http://goo.gl/LPnzuO>> Acesso em maio 2014.

A parte técnica do jogo também evoluiu no sentido que os seus pioneiros não eram esportistas de fato e tinham pouco tempo para praticá-lo, assim, conforme foram se renovando e com a entrada de novos jogadores, a qualidade técnica do jogo começou a melhorar. As pessoas de menor poder aquisitivo inventavam a sua maneira de jogar, seja em campos irregulares, campos menores, bolas não oficiais, tortuosas. Eles davam características únicas a esses jogadores menos favorecidos financeiramente, como consequência, eles eram criativos, tinham qualidade de passe, dribles curtos, o que ajudou a construir a essência do futebol brasileiro como o conhecemos hoje. Surge então o que pode se chamar de a identidade do futebol brasileiro.

Percebendo essa qualidade técnica dos jogadores mais pobres, os clubes aos poucos foram abrindo suas portas e começaram a introduzir esses atletas em seu plantel. O Sport Club Corinthians Paulista é um exemplo disso, sua fundação em 1913 surge à partir da união entre a classe operária e os filhos de imigrantes. Nesta época, confrontaram a “elite” dentro da liga paulista e acabaram saindo campeões, sendo ainda notável e reconhecido por ter um futebol bonito de ser assistido. (LEAL; JÚLIO CESAR, 2001).

Devido ao fato de ser uma palavra de origem estrangeira, o nome *football* não foi aceito por alguns brasileiros, que tentaram batizar o novo esporte como *Balípodo*, que significa lançar com o pé na sua origem grega. A tentativa foi frustrada uma vez que não ganhou muitos adeptos na sua utilização, caindo em desuso.

6.4 COPA DO MUNDO

O futebol tem seu processo de expansão e popularidade no início do século XX. Em muitos lugares com aspectos profissionais, iniciando confrontos regionais e os primeiros duelos de times com seleções nacionais. Essa questão do profissionalismo é fundamental para que a FIFA crie a Copa do Mundo de Futebol em 1930.

O futebol como torneio internacional aparece pela primeira vez nas Olimpíadas de 1900, sendo apenas uma demonstração desportiva (não possuíam direito a medalhas), vindo a ser oficialmente considerado esporte olímpico apenas em 1908

(quando já existia a entidade da FIFA), mas sua principal característica ainda era a de ser jogado por amadores. A entidade passa a ser responsável por organizar esta parte das Olimpíadas em 1920, evento este vencido pelo time da Bélgica, já em 1924 e 1928 o torneio teve como campeã a equipe do Uruguai (RIBAS, LYCIO VELLOZO, 2010).

A FIFA por sua vez, sempre almejou criar uma competição internacional independente das Olimpíadas. Um importante nome para a execução deste plano foi o francês Jules Rimet, que em 1921 assumiu a presidência da entidade e trabalhou para tornar isso realidade. Somado a esse plano, a organização das Olimpíadas de 1932 não queria incluir o futebol como uma das modalidades esportivas, devido ao fato desta edição ser realizada nos Estados Unidos, que desde aquele tempo tinha nesse esporte baixa popularidade. Esse corte do esporte nos jogos olímpicos contribuiu para o surgimento da Copa do Mundo de Futebol.

Conforme o livro “História das Copas” (2010), foi anunciado em 1928 que a Copa do Mundo de seleções seria disputada a cada 4 anos à partir de 1930. O contexto econômico na época não era propício, pelo contrário, era uma época de crise generalizada. Em 1929 houve a quebra da bolsa de valores de Nova York, a qual afetou muitas economias ao redor do globo. Dos países associados a FIFA, o Uruguai foi o único que se comprometeu a arcar com as despesas do Evento. Outros motivos também auxiliaram nessa decisão, como a comemoração do centenário da independência do país em 1928, além da criação de um novo estádio com capacidade para 100 mil pessoas, somado ainda ao bicampeonato olímpico. Fatores que influenciaram positivamente e demonstravam que o país sul-americano era uma boa opção para sediar o Evento.

Assim, a primeira Copa do Mundo de Futebol foi realizada no Uruguai, em 1930. Apesar do receio prematuro, o Evento foi um sucesso. Ao total participaram 13 seleções (dos 46 países filiados a FIFA), onde a seleção anfitriã saiu como grande campeã. Tirando os gastos de construção dos estádios o torneio foi lucrativo. Fato que chamou a atenção dos países europeus.

7. O CARTAZ

7.1 DEFINIÇÃO

Segundo o dicionário da Língua Portuguesa, Cartaz é um “papel que se afixa nas paredes ou lugares públicos, anunciando espetáculos, produtos comerciais, ou contendo qualquer informação de que se quer que o público tome conhecimento.”

Porém, esta definição está intimamente ligada ao fato de descrever o Cartaz como um objeto utilizado como um dos muitos meios de comunicação. Dar essa definição ao Cartaz seria equivalente, ou próximo, a traduzir uma frase de um idioma a outro literalmente, sem levar em consideração de que algumas palavras, quando em conjunto com outras, dão um outro significado a frase como um todo.

Já a definição apresentada por Rabaça e Barbosa (1995, p.111) é um tanto mais técnica, pra eles Cartaz é um “anúncio em grandes dimensões, em formatos variáveis, impresso em papel de um lado só e geralmente a cores. Próprio para ser afixado em ambientes amplos ou ao ar livre, em paredes ou armações próprias de madeira ou de metal.” Manfred Triesch, em 1966, acreditava que os Cartazes poderiam ser mais do que simples meios de comunicação, assim ressaltou: “Cartazes são mensageiros. Cartazes são expressão de Cultura. Cartazes deixam marcas. Visíveis e inconfundíveis, como parte de um processo de comunicação, eles dependem do local e data de publicação. Bons Cartazes falam uma linguagem internacional.”

Em seu livro “Design Gráfico: Uma história concisa”, Richard Hollis, descreve “o Cartaz, como design gráfico, pertence a categoria da apresentação e da promoção, na qual imagem e palavra precisam ser econômicas e estar vinculadas a um significado único e fácil de ser lembrado.”

7.2 BREVE HISTÓRIA DO CARTAZ NA CIVILIZAÇÃO OCIDENTAL

“O primeiro Cartaz conhecido é de Saint-Flour, de 1454, feito em manuscrito, sem imagens” (CESAR,2001). Apesar disso, pode-se dizer que esse tipo de mídia já existia há algum tempo, haja visto que foi encontrado nas ruínas da antiga cidade de Thebas, na Grécia, um papiro que constava com um anúncio de recompensa para quem encontrasse um escravo fugitivo (SONTAG,1999).

Além desse Cartaz, era comum, tanto na Grécia Antiga, quanto em Roma, a utilização de formas estáticas de comunicação. Segundo ErvineMetzl (1963) os gregos tinham o costume de fixar em locais públicos o que chamavam de “*axones*”, que eram placas que continham informações de, sobretudo, eventos esportivos. Os romanos também tinham o costume de pintar avisos, bem como propagandas de interesses políticos, além de opiniões de cidadãos ou até mesmo insultos. Esses escritos ficaram comumente conhecidos como “*dipinti*”, enquanto que aqueles que ganhavam formas receberam o nome de “*graffiti*”.

A história do Cartaz pode estar intimamente relacionada com a história da própria humanidade, principalmente no que diz respeito aos avanços tecnológicos. Turner e Muñoz (2002,p.15) ressaltam que “os gestos definiram a estrutura social do Homem de Neanderthal. A escrita e a pintura definiram o Cromagnon.”. O homem sempre buscou uma forma de expressar algo, de transmitir uma informação ao próximo. Desde as escritas pré-colombianas nas cavernas, pensava-se numa forma de levar adiante seu pensamento.

Os primeiros exemplares de comunicações públicas tinham como substrato pedras ou mesmo argilas (suporte mineral). Um exemplo pode ser encontrado ainda hoje no Museu do Louvre, em Paris, o Código de Hamurábi, que data de aproximadamente 2067-2025 a.C. Mas foi com a utilização do pergaminho (suporte animal) e principalmente com o advento do papiro (suporte vegetal), por parte dos egípcios, que a portabilidade da transmissão de informações ganhou novos rumos.

Porém, o ponto de partida para o início da cultura visual que se tem hoje deu-se à partir da invenção do papel (pasta vegetal), por parte dos chineses, somada com a invenção da imprensa móvel, por Johann Gutenberg, em 1439-1444.

Em relação ao Cartaz em si, sua popularidade e difusão pode ser dividida ainda em duas fases, a da tipografia/xilogravura ou mesmo pré-litografia, e a da litografia. Como menciona Richard Hollis (2001, p.5) “antes da litografia, os Cartazes eram impressos por tipografia, como os livros, com tinta preta e ocasionais ilustrações xilográficas.” Foi com a criação de Aloys Senefelder em 1796, a litografia, que os Cartazes se intensificaram, ganhando notoriedade.

O processo de *letterpress* era até então dispendioso, sendo assim, além da litografia favorecer no sentido estético, também facilitava no quesito econômico. Além disso, “era o tipógrafo que escolhia e combinava os tipos, geralmente de modo que preenchesse a folha impressa” (HOLLIS, 2001, p.5). Por diversas vezes, haviam tipógrafos que não tinham um número elevado dos mesmos caracteres, utilizando então ou substitutos de outra família tipográfica ou ainda tipos de madeira improvisados. Já a litografia, com o processo de desenho à mão livre na pedra, favorecia a criação de diversos tipos, além da utilização de imagens. Texto e imagem conversavam entre si, formando uma composição estética.

Não é exagerado dizer que o Cartaz, sobretudo na *Belle Époque* francesa se tornou uma das principais formas de arte. “Exemplos expressivos desse período são os Cartazes criados por Toulouse-Lautrec, Bonnard e Chéret, reconhecidas hoje como legítimas peças de arte.” (RABAÇA & BARBOSA, 1995, p.111).

7.3 O CARTAZ COMO PEÇA PUBLICITÁRIA

“Quando os artistas, em vez de utilizar caracteres tipográficos, desenhavam eles mesmos as letras dos textos, e quando se responsabilizavam por cada elemento no design que deveria ser reproduzido pela máquina, estavam praticando aquilo que mais tarde ficou conhecido como design gráfico.” (HOLLIS, 2001, p.11).

A clássica frase de Henry Ford elucida o pensamento da época: “Se eu perguntasse a meus compradores o que eles queriam, teriam dito que era um cavalo mais rápido.” O avanço tecnológico do fim do século XIX possibilitava a produção em grande escala. As fábricas iniciaram um processo de confecção de produtos em massa, gerando uma quantidade além da necessária, visando o fato de que a população poderia consumir mais do que apenas o essencial. A propaganda se viu como ferramenta indispensável para incitar o mercado a consumir cada vez mais. E a forma mais comum de propaganda dessa época era justamente o Cartaz.

Viu-se na utilização de pôsteres uma das melhores formas de anunciar novos produtos. Como reforça Hollis (2000, p. 05) “nas ruas das crescentes cidades do final do século XIX, os pôsteres eram uma expressão da vida econômica, social e cultural, competindo entre si para atrair compradores para os produtos e público para os entretenimentos” e acrescenta Cesar (2000, p. 52), “teatros, empresas de remédios, indústria, etc., passaram a usar o novo meio”.

A utilização do Cartaz como peça publicitária foi introduzida ao mundo à partir de Paris, na *Béle Époque*, particularmente através da figura de Jules Chéret. Foi através de seu avanço na tecnologia da litografia que o pintor se destacou. Aperfeiçoando o controle das cores no processo de impressão do material, Chéret foi mais adiante, se permitindo utilizar grandes formatos para o processo, o que culminou numa nova forma de pôsteres, os quais poderiam ser vistos a uma certa distância.

O Cartaz “Valentino” (Figura 7), datado de 1886, de autoria do pintor, é hoje considerado o primeiro exemplar de Cartaz da era moderna, muito semelhante ao que compreende-se atualmente pelo material. Na peça, o palhaço em conjunto com as dançarinas parecem saltar para a frente. A tipografia é projetada de forma a incitar ainda mais esse sentido de tridimensionalidade da obra.

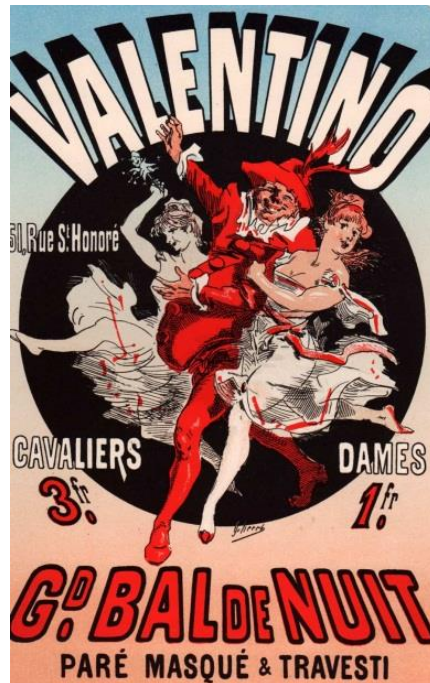


Figura 7 – Cartaz Jules Cheret Valentino
Fonte: Site JulesCheret⁶.

O estilo de Chéret amadureceu na década de 1880, sendo logo adotado e desenvolvido por outros artistas, particularmente Pierre Bonnard, Alphonse Mucha e pelo mais conhecido de todos, Henri de Toulouse-Lautrec (HOLLIS, 2000, p. 05). Lautrec estabeleceu uma nova linguagem para o Cartaz e para a propaganda comercial (FONSECA, 1995, p.17), além de utilizar a imagem de forma a destacar seu valor, ampliando assim as possibilidades do anúncio de uma forma geral.

Observando as possibilidades do Cartaz como meio de mídia para os mais diversificados segmentos, desde espetáculos até anúncios de cigarros, diversos países começaram a utilizar a peça como item essencial na comunicação direta com a população.

O russo El Lissitsky, usando cores puras, formas geométricas e montagens fotográficas, além de uma informação direta, foi um dos precursores no que diz sentido aos pôsteres como meio de divulgação de ideais político-governamentais. Na Revolução Russa, além da Primeira Grande Guerra, os Cartazes eram o elo que conectava o

⁶Disponível em: <<http://www.julescheret.com/valentino-bal-de-nuit>> Acesso em maio 2014.

governo aos combatentes. Transmitindo ideais de liberdade, como o exemplo russo de El Lissitsky (Figura 8), ou mesmo convocando a população para a Guerra, como é o caso do Cartaz estadunidense atribuído a James Flagg, datado de 1917 (Figura 9).

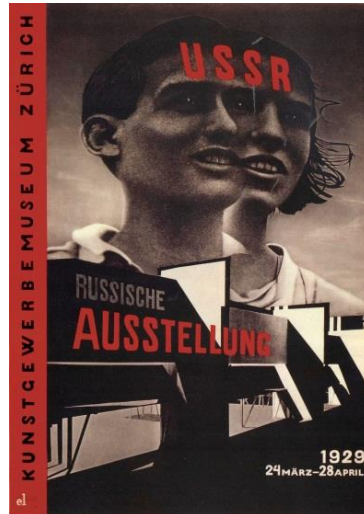


Figura8– Cartaz para Russian Exhibition, El Lissitsky. 1929
Fonte: Site The Charnel-House⁷

⁷Disponível em: <<http://thecharnelhouse.org/2013/05/09/toward-a-hermaphroditic-humanity/>> Acesso em maio 2014.



**Figura 9– Cartaz James Flagg - I wantyou. 1917.
Fonte: Site Wikipédia⁸**

No período pós guerras, bem como na atualidade, o Cartaz se torna presença marcante na utilização de um último esforço entre o emissor, no caso a indústria, e o receptor, no caso o consumidor. O Cartaz serve para reforçar uma idéia, ou mesmo transmitir informações relevantes do produto. Geralmente presente nos pontos de venda.

Fonseca (1995, p. 18) ainda ressalta o valor dos pôsteres como ferramenta de difusão publicitária para o cinema. Destacando sua importância comunicacional junto à promoção, tanto que virou comum a utilização da expressão “o filme que está em Cartaz”.

⁸Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/James_Montgomery_Flagg> Acesso em maio 2014.

8. ANÁLISE DOS CARTAZES

“Todo ato de criação é, antes de tudo um ato de desconstrução”. Pablo Picasso

8.1 A NECESSIDADE DA ANÁLISE

“O objetivo da análise consiste em preparar o campo de trabalho para poder posteriormente entrar na fase de desenvolvimento de alternativas. A análise serve para esclarecer a problemática projetual, colecionando e interpretando informações que serão relevantes no projeto” (BONSIEPE, GUI, 1984, p. 38)

“A análise da imagem tem por método interpretar e ‘desconstruir’ imagens, em conteúdo e forma, considerando o contexto histórico-social de produção, o autor (emissor) e o público (receptor) que participaram de sua criação, com a finalidade de compreender e identificar sentido nas imagens.” (WIKIPEDIA, 2006)

“A apreensão rápida do sistema e a maior facilidade para proceder à leitura visual da forma do objeto, por parte de qualquer leitor, vão depender, principalmente, da sua maior ou menor sensibilidade, obviamente, de seu repertório cultural, técnico e profissional.” (FILHO, JOAO GOMES, 2004, p.103)

O sentido da releitura dos Cartazes visa reinterpretar visualmente as informações contidas nas suas mensagens originais, seja ela verbal com a utilização de texto ou visual com a aplicação de imagens ilustrativas. Dentro deste período de 84 anos de história da Copa, foram criados dezenove Cartazes oficiais para o Evento (sem levar em consideração a edição de 2014), e no aspecto de comunicação percebe-se uma transformação nessa peça gráfica. O que instiga a compreender fatores histórico-sociais relevantes, e uma possível correlação na mensagem do Cartaz. Seguindo com a idéia de desconstrução para entendimento morfológico e simbólico, essa análise pode nutrir o repertório funcional da linguagem aplicada nas releituras.

Com o intuito de fazer uma análise dos Cartazes da Copa para posterior confecção dos postais, viu-se a necessidade de dividir essa pesquisa em duas frentes. A

primeira reflete a composição do Cartaz como estrutura gráfica, sem levar em consideração seus atributos externos, ou seja, fatores histórico, sociais ou mesmo culturais que influenciam na confecção de qualquer produto gráfico. “Segundo Kepes o importante é perceber a forma por ela mesma, vê-la como ‘todos’ estruturados, resultado de relações. Deixar de lado qualquer preocupação cultural e ir à procura de uma ordem, dentro do todo.” (apud FILHO, JOAO GOMES, 2004, p.17). Assim, *a priori* será feita uma análise morfológica dos dezenove Cartazes da Copa do Mundo.

Para esta análise estrutural do objeto Cartaz será adotada a metodologia utilizada por Gomes Filho, (2000), onde este propõe um sistema que segue as seguintes diretrizes: leitura visual baseada nos princípios da Gestalt; leitura visual baseada em categorias conceituais, tais como: harmonia, equilíbrio e contraste; análise da estrutura perceptiva, e; interpretação conclusiva.

Somado a esses preceitos gestálticos, será levado em consideração o que Ramalho e Oliveira (2005), determina como método de análise de uma determinada peça gráfica. Segundo a autora, para penetrar na complexidade da imagem é necessário, inicialmente, explorar o texto (imagem) tentando definir a linha ou as linhas que determinam sua macroestrutura, também conhecida como estrutura básica. Definida a estrutura, deve-se identificar os elementos construtivos da imagem, tais como linhas, cores, planos, dimensões, volume e textura. Esses elementos mínimos constitutivos e significantes se estabelecem em relações e articulações entre si ou em blocos de elementos, constituindo procedimentos relacionais da imagem.

Após esta análise funcional, morfológica e estrutural dos Cartazes, será necessário atribuir a esses uma avaliação histórica, social e cultural ao qual estavam vinculados em seu momento de confecção. Esse estudo temporal e sócio-cultural definirá a hermenêutica necessária para a posterior reprodução destas peças em postais.

8.2 ANÁLISE FUNCIONAL, MORFOLÓGICA E ESTRUTURAL

“A dimensão sintática inclui tanto a análise da construção técnica do produto quanto a análise de detalhes visuais como juntas, aberturas, orifícios, superposições, texturas, desenhos e cores.” (NIEMEYER, LUCY, 2003, p.46)

A teoria da Gestalt coloca como um de seus postulados que toda forma psicologicamente percebida está estreitamente relacionada com as forças integradoras do processo fisiológico cerebral. O sistema nervoso central auto-regulasse e tende a procurar a sua própria estabilidade, organizando as formas em todos coerentes e unificados (LIMA, 2001).

“Quanto mais representacional for a informação visual, mais específica será sua referência; quanto mais abstrata, mais geral e abrangente.” (DONDIS, DONIS A., p95)

A fim de tornar o relatório de análise funcional morfológico mais dinâmico, no sentido de evitar repetições de informações, decidiu-se criar um agrupamento por semelhança de mensagem. Uma vez que o tema já tem uma delimitação, a Copa do Mundo de Futebol. Com isso surgem os seguintes grupos: Jogador, Bola, Geográfico e Campo (Figura 10).

Grupo Jogador



Grupo Bola



Grupo Geográfico



Grupo Campo



Figura 10– Divisão dos Grupos para análise
Fonte: Os Autores

8.2.1 Análise Grupo Jogador

Nestes doze Cartazes (Figura 11) encontra-se o jogador de futebol como principal elemento construtivo, independente do período histórico ou estilo, eles aparecem nas composições ilustrando a imagem do futebol e dando direção para o olhar do espectador que interpreta a mensagem. Tendo como embasamento a idéia das autoras Lupton e Cole Phillips (2008), de que os alicerces do design gráfico são constituídos por ponto, linha e o plano, onde esses são responsáveis pela interação dos elementos gráficos, constituindo assim mensagens de desenhos complexos, pode-se afirmar que no caso deste grupo a bola de futebol é o ponto para o qual o observador é levado a olhar, o contorno dos jogadores que interage com a bola gera movimento e sentido, quando separam-se esses elementos fica nítida essa intenção nos Cartazes. No entanto, existem duas exceções com relação a esta afirmação. Nos Cartazes da Argentina de 1978 e da Espanha de 1982, onde o foco geral cai sobre os jogadores.

Na questão de **direção** a interação entre os elementos da comunicação incita uma linha imaginária que nos traz essa percepção. O ponto de referência bola gera uma tensão em contra ponto a mensagem verbal dos Cartazes. Exemplificando melhor, em 58% deles a resultante é uma linha diagonal, que segundo a autora DONDIS (1997, pág. 60) esta significa ou gera instabilidade; para os demais 42% têm-se uma linha vertical gerando estabilidade visual na composição. O resultado destas linhas está ligado diretamente com a questão de **simetria** e **assimetria** dos Cartazes, os números apresentados anteriormente estão relacionados com esse aspecto, sete dos doze Cartazes apresentam esse eixo vertical e podem ser considerados simétricos.

A simetria pode ser da esquerda ou direita, de cima para baixo, ou ambas. Essa forma de equilibrar pesos de maneiras iguais resulta no equilíbrio. No entanto, a simetria não é o único meio de atingir o equilíbrio. Projetos assimétricos são geralmente mais ativos que os simétricos. Com a utilização de elementos contrastantes em contra ponto um contra o outro, como resultado se obtém uma composição que permite ao olho perambular dentro de uma estabilidade geral. (LUPTON; ELLEN, 2008, p.30).

Outro componente perceptível na estrutura comunicacional destes Cartazes é o **movimento**, uma vez que o futebol em si é um esporte movimentado não causa espanto o uso desta representação. Na física a definição de movimento é a variação de posição espacial de um objeto ou ponto material no decorrer do tempo, o que na realidade não existe quando se trata deste tipo de mídia explorado, que é completamente estático. O que acontece então aos olhos na realidade é uma ilusão de movimento, criada à partir da composição gráfica.

No caso mais específico do Cartaz inglês, de 1966 (Figura 11 - Cartaz 8), o jogador assume a forma da mascote do Evento. Foi a primeira vez que houve a utilização de uma mascote na Copa, sendo assim, os ingleses viram, no seu uso, algo inédito. O leão Willie coloca seu uniforme e passa a ser um jogador, lançando a bola para o alto.

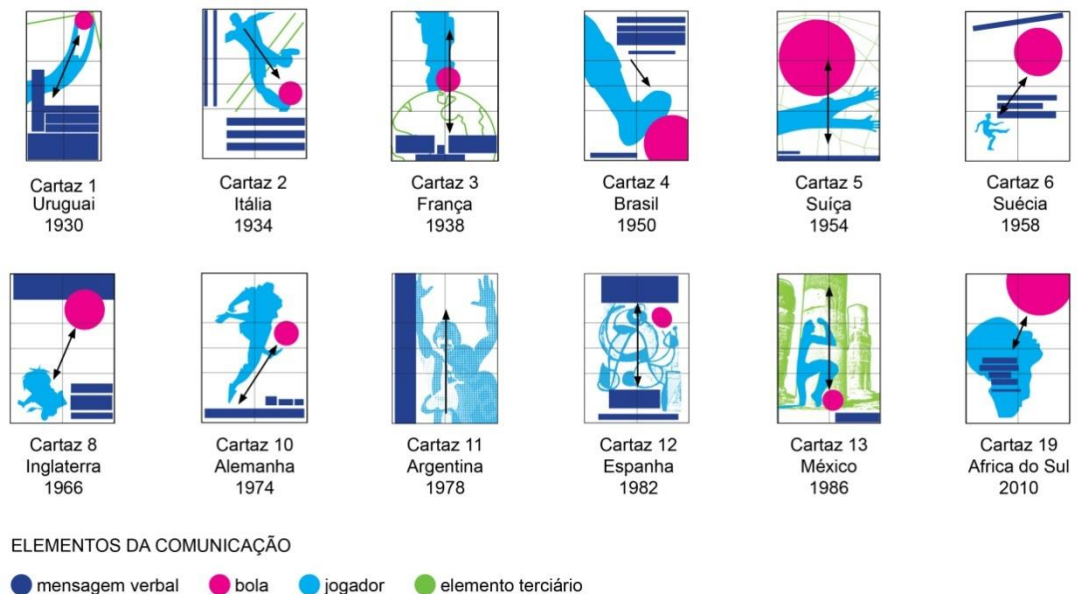


Figura 11– Grid de Análise Sintático do Grupo Jogador
Fonte: Os Autores, com base na análise da dimensão sintática do livro Elementos da Semiótica aplicados ao Design.

8.2.2 Análise Grupo Bola

Dos dezenove Cartazes criados para as Copas do Mundo, quinze deles apresentam em sua constituição a imagem da bola como item construtivo (Figura 12). A bola, objeto essencial numa partida de futebol, serve para reforçar o tema do evento junto ao público geral. Apesar de serem diversos os esportes que se utilizam de uma esfera para sua prática, dentre eles pode-se citar o voleibol e o basquetebol, a presença da bola visa, sobretudo, retratar uma informação mais direta.

Em onze, dos quinze Cartazes, a bola aparece em conjunto com o auxílio do jogador. Nestes Cartazes a utilização de uma possível cena de jogo é gravada na forma estática. A captura remonta a um momento de uma partida.

O Cartaz mais importante desse grupo de análise do objeto bola é o mexicano de 1970 (Figura 12 – cartaz 9). Neste, a bola, que até então, apesar de sua presença frequente, fazia apenas parte de algo maior, atuando como coadjuvante, ganha importância significativa. O objeto aparece através da utilização da redução de sua estrutura, sendo auxiliada pela característica da contra-forma.

No Cartaz estadunidense de 1994 (Figura 12 – cartaz 15) a bola assume uma característica que não possui. Foi a primeira vez que o objeto assumiu uma metáfora para um outro objeto. Em todos os demais Cartazes onde aparecia, a bola era o objeto esférico presente numa partida de futebol, já neste Cartaz, ela assume a idéia de balões, estes, responsáveis por ascender o território norte-americano aos céus.

O Cartaz alemão de 2006 (Figura 12 – cartaz 18) apresenta uma mescla dessas duas outras peças, porém de certa forma diferente. Aqui, assim como ocorreu no Cartaz de 1970, a bola é a informação mais relevante dentro da peça, porém, ao contrário do Cartaz de 1994 a bola assume sua forma à partir da união de outro objeto, as estrelas. No caso da peça de 1994, era a bola o objeto referencial para entonar a idéia de um novo conceito, já neste, é a vez de demais objetos se unirem com o intuito de transmitir a idéia de uma bola.

Em apenas dois Cartazes, o do Brasil de 1950 (Figura 12 – cartaz 4) e o da África do Sul de 2010 (Figura 12 – cartaz 19), a bola não aparece em sua forma completa. Em ambos Cartazes, a idéia do objeto esférico se dará através da interpretação do

telespectador. Vai depender do acervo intelectual de quem vê o Cartaz para que se chegue na conclusão de que aquele objeto é na verdade uma bola, utilizada numa partida de futebol. Lucy Niemeyer alega que:

“Memória, referências, experiências de vida, conhecimento compõem o repertório. É a partir deste repositório que a relação comunicativa se estabelece. Só tem significado o que pode se relacionar com algo já conhecido.” (NIEMEYER, LUCY, 2003, p.26)

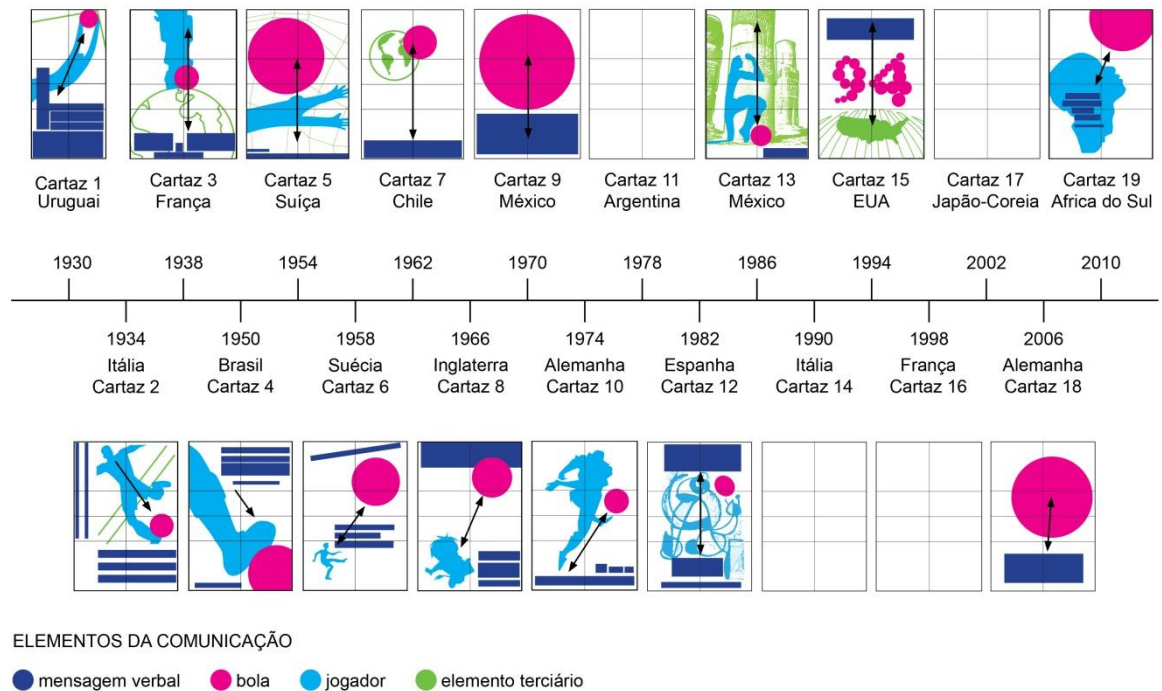


Figura 12 – Grid de Análise Sintática do Grupo Bola
Fonte: Os Autores, com base na análise da dimensão sintática do livro Elementos da Semiótica aplicados ao Design.

8.2.3 Análise Grupo Geográfica

A Copa do Mundo é um Evento de prestígio internacional, tendo sido sediada em quatro continentes diferentes ao longo de seus 80 anos de história. Dessa forma, alguns Cartazes visaram retratar algo que fosse levado para a posteridade, se utilizando de determinadas regiões de seu país.

Assim, sete peças se utilizaram de alguma forma da geografia local para que pudessem determinar que a Copa do Mundo fora realizada naquele país, naquela determinada data (Figura 13).

Desses sete Cartazes, três deles inseriram pontos turísticos do país sede, visando regionalizar o Evento, buscando inserir uma ambientação pra tal. Essa característica de regionalização em detrimento da globalização é reconhecida por Kotler como “paradoxo da globalização”, destacado em seu livro “Marketing 3.0”:

“Pode haver um fluxo ininterrupto de mercadorias, serviços e pessoas devido ao transporte barato e à tecnologia da informação. Por outro lado (...) as fronteiras nacionais continuarão existindo, pois são definidas pela política e pela psicologia. A globalização nivela o campo de jogo para os países ao redor do mundo, mas, ao mesmo tempo, os ameaça. (...) Em outras palavras, globalização provoca nacionalismo.” (KOTLKER, Philip, p.13, 2010)

A agilidade na troca de informações que têm-se hoje não continha o mesmo volume há meio século atrás. Dessa forma, a utilização de pontos regionais em Cartazes da Copa do Mundo pode ser vista também como uma forma de mostrar ao público em geral, principalmente quem iria ao Evento, um pouco da sua região, da sua cultura. O Cartaz da Copa poderia ser o primeiro contato que um telespectador teria com aquela nação.

As peças de 1950 do Brasil (Figura 13 – cartaz 4), de 1986 do México (Figura 13 – cartaz 13) e de 1990 da Itália (Figura 13 – cartaz 14), buscaram trazer impressos uma pequena mostra de determinada região do país. No caso do brasileiro, encontra-se o Pão de Açúcar como coadjuvante ao fundo. Poder-se-ia dizer que trata-se de uma utilização para mostrar uma ambientação do local de uma partida. Com um pouco de

conhecimento da região carioca, o telespectador poderia se imaginar assistindo uma partida no Maracanã, ou mesmo uma “pelada” na areia, com o ponto turístico ao fundo.

O Cartaz de 1990 retrata algo mais simbólico ainda, destacando o Coliseu como um dos estádios sede do Evento. Para o telespectador, há o sentido de que uma partida de futebol poderia ser feita ali, onde há muito tempo atrás, gladiadores lutavam pela vida. Já o Cartaz mexicano de 1986 se utiliza de sua geografia regional atrelada a cultura asteca.

Apesar de discrepantes em termos de como elucidaram seus ideais, esses três Cartazes se utilizaram do mesmo princípio para transmitir a informação. Através de um ponto turístico, visaram instituir o local da Copa.

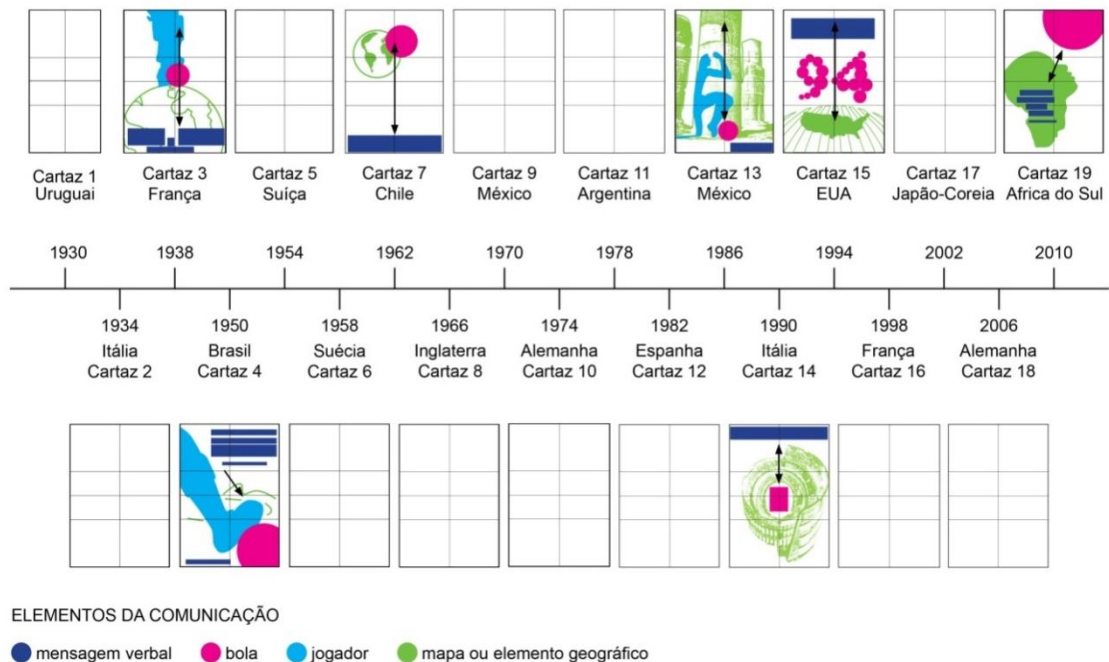


Figura 13 – Grid de Análise Sintático do Grupo Geográfico
Fonte: Os Autores, com base na análise da dimensão sintática do livro Elementos da Semiótica aplicados ao Design.

Os demais quatro Cartazes visaram essa representação geográfica um pouco mais expandida, em termos de espaço físico. Enquanto os três Cartazes mencionados anteriormente especificaram um determinado ponto do país sede, os outros quatro se utilizaram da geografia cartográfica pra tal, mostrando um espaço mais abrangente.

No caso dos Cartazes de 1994 (Figura 13 – cartaz 15) e de 2010 (Figura 13 – cartaz 19), essa utilização cartográfica se dá na forma de transmitir o espaço territorial do país sede e do continente sede, respectivamente. O Cartaz estadunidense traz seu mapa político como item construtivo da peça, não deixando dúvidas ao telespectador de onde o Evento seria praticado. Já a peça da África do Sul, de 2010, mostra o continente africano tomando a forma de uma figura humanóide.

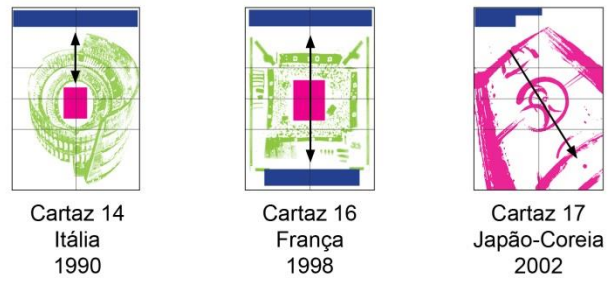
Nos Cartazes francês, de 1934 (Figura 13 – cartaz 2), e chileno, de 1962 (Figura 13 – cartaz 7), o tema geográfico aparece na forma maior do globo terrestre. Atrelado talvez, pela similaridade da forma esférica do objeto bola com o globo, fazendo de certa maneira, uma alusão ao fato do Evento ser de renome internacional, ou mesmo estar presente em diversas regiões do mundo.

8.2.4 Análise Grupo Campo

Neste grupo existe o conjunto de três Cartazes (Figura 14), que diferente dos demais onde os elementos gráficos aparecem no decorrer da linha cronológica desde os primórdios deste Evento, o uso do campo de futebol na mensagem de comunicação tem uma aparição mais recente. Entrando na parte construtiva do Cartaz de imediato percebe-se que todos eles possuem uma configuração centralizada. A relação de equilíbrio nos Cartazes italiano, de 1990 (Figura 14 – cartaz 14) e francês, de 1998 (Figura 14 – cartaz 16) se dá através do uso da simetria, resultando o eixo vertical ligando a mensagem verbal ao elemento campo. Já na peça feita para representar Japão-Coréia, de 2002 (Figura 14 – cartaz 17), esse equilíbrio é conquistado através do uso de peso visual. Neste caso fica mais fácil de demonstrar a diferença entre a composição estática e a que possui movimento.

Composição com diagonais evocam movimento, ao passo que configurações retilíneas parecem estáticas. Ao passo que cortar uma forma também pode sugerir movimento, assim como o uso de uma linha sinuosa ou de forma pontuada, triangular. (LUPTON; ELLEN, 2008, p.216).

A relação do enquadramento também nos mostra como o elemento campo é tratado, os Cartazes europeus dão pouco destaque para ele apesar desse ser o ponto focal. A sua proporção relacionada ao espaço do Cartaz é muito pequena. Aqui a técnica visual de profusão está aplicada, “acréscimos discursivos infinitamente detalhados a um design básico, os quais, em termos ideais, atenuam e embelezam através da ornamentação” DONDIS (p.146, 1997). Em contra partida, no Cartaz asiático o campo preenche praticamente todo o espaço da peça, tanto que parte dele ainda fica fora de nosso campo de visão, devido a sua limpeza visual o nível pregnância dela é muito alta, para FILHO, João gomes (2004, p37) essa classificação vem da boa organização visual, facilidade de compreensão e rapidez de leitura.



ELEMENTOS DA COMUNICAÇÃO

● mensagem verbal ● campo ● elemento terciário

Figura 14– Grid de Análise Sintático do Grupo Campo
Fonte: Os Autores, com base na análise da dimensão sintática do livro Elementos da Semiótica aplicados ao Design.

8.3 ANÁLISE HISTÓRICA, SOCIAL E CULTURAL

“Essa capacidade do Cartaz de retratar o seu momento histórico, assim como a literatura também o faz, é um dos motivos que os levam a ter lugar de destaque entre outras peças gráficas.” (MOLES, 1987).

A fase de análise semântica busca entender os aspectos sociais e culturais expressados nos Cartazes, “o que representa? como é expresso? a que ambiente pertence?” (NIEMEYER, LUCY, 2003, p.53). Essa fase da pesquisa em especial toca num ponto importante do projeto, pois com o resultado dela existirá um material referencial de elementos simbólicos, estruturalmente dentro de um projeto de design gráfico esse referencial pode ser utilizado como um guia de construção da mensagem que se deseja transmitir. Se tratando de releitura dos Cartazes, não é necessário ficar preso à forma estrutural, no entanto a idéia inicial transmitida deve ser preservada, por isso a necessidade de trabalhar com análise semântica.

O estudo da comunicação visual dentro do design se baseia em muitos conceitos oriundos da Gestalt e da Semiótica. Mesmo que esses conceitos não sejam originários da atividade de design, eles contribuem para uma melhor prática do design, a utilização de critérios técnicos para avaliação do design enriquece e estrutura o pensar do designer. Por si apenas a comunicação visual não funciona, temos elementos chaves para que ela funcione de maneira correta, elas são divididas em **gerador, mensagem e interpretante**.

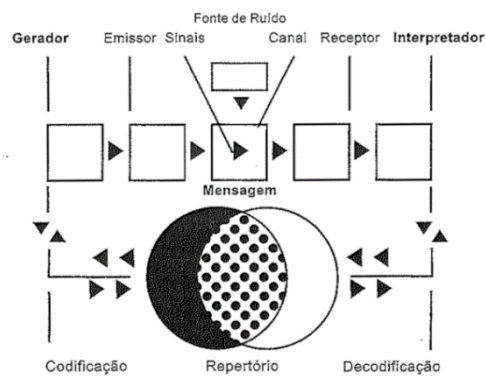


Figura 15– Etapas do processo de comunicação

Fonte: Elementos de semiótica aplicados ao design, NIEMEYER, Lucy (2013).

Neste diagrama (Figura 15) que apresenta as etapas do processo de comunicação, demonstra-se a necessidade do designer como **gerador** da **mensagem** criar uma codificação capaz de persuadir o **interpretador** a acreditar e entender a mensagem da comunicação. Segundo Lucy Niemeyer (2013) esse código é o conjunto de signos que compõem a mensagem. O repertório da mensagem é o ponto de ligação dessas informações que consiste em memórias, referências, experiências de vida, conhecimentos gerais, sem essa combinação de informações a comunicação não ganha significado desejado e não será compreendido.

O resultado final é a verdadeira manifestação do artista. O significado, porém, depende de respostas do espectador, que também a modifica e interpreta através da rede de seus critérios subjetivos. (DONDIS, DONIS A. 1997, p30).

A análise semântica visa encontrar o significado dos elementos visuais dos Cartazes da Copa, o intuito é aplicar esses “signos” trabalhando-os na linguagem neossurrealista. Em poucas palavras, através desta análise reunir os códigos necessários para persuadir o interpretador, com um repertório que ele seja capaz de compreender a mensagem da releitura. Dentro desse pensamento pode-se considerar o signo como:

“algo que representa alguma coisa para alguém em determinada circunstância, ela não é vista como um objeto propriamente dito, mas como ela aparece para determinada pessoa em um certo contexto” (NIEMEYER, LUCY, 2003, p.35).

O recorte cultural histórico dos Cartazes é demasiadamente grande do ponto de vista analítico, diferente da análise morfológica da qual gerou-se quatro grupos para sintetizar as informações, nesta fase o recurso empregado será uma linha de tempo. Esta sendo atribuída conforme exemplo empregado no livro “Linha do Tempo do Design Gráfico no Brasil” (HOMEM DE MELHO, CHICO e RAMOS COIMBRA, ELAINE, 2011). Aborda-se como caráter de estudo uma macroperiodização, derivada entre tecnologia gráfica e linguagem visual, apresentando os trabalhos selecionados em recortes de décadas.

Esse modelo consegue organizar os elementos necessários para execução da análise semântica dos Cartazes da Copa, gerando três macroperíodos introdutórios aos recortes das oito décadas, onde encontra-se os aspectos culturais históricos envolvidos correlacionados aos símbolos aplicados em sua comunicação.

8.3.1 Primeiro Período: A Era da Ilustração - Década de 1930 a 1950

Época em que o uso de imagens pictóricas e desenhos ilustrativos eram muito populares, isso devido à possibilidade de uso de cores, junto à reprodutibilidade dos desenhos feitos no papel tornava essa linguagem viável. O Cartaz, ainda é trabalhado como peça artística de cunho comercial abordado com estilos diferentes, mas já possuía um pensamento de integração da ilustração com a mensagem textual.

8.3.2 Uruguai – 1930

Cartaz (Figura 16) que exalta uma grande defesa do goleiro, a tipografia aplicada demonstra a influencia da Artdeco da época, o texto permite identificar o que é o evento, o local e data onde este aconteceu. O estilo é limpo e sem muitos detalhes, as cores são poucas e aplicadas em tons sólidos sem transição de tonalidades. Elementos simbólicos encontrados são o goleiro, bola e a trave do gol que ajudam a compor o Cartaz. Na parte inferior do Cartaz encontra-se um retângulo verde que pode simbolizar o gramado, onde o artista aproveitou para aplicar as informações textuais relativas a sede do Evento.



Figura 16– Cartazda Copa do Uruguai 1930
Fonte: Site da Copa 2014⁹

⁹Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

8.3.3 Itália – 1934

Cartaz (Figura 17) que mostra um jogador prestes a chutar a bola, no segundo plano uma faixa de bandeiras ajuda a expressar o caráter de Evento esportivo internacional.

A mensagem verbal principal vem escrita no idioma italiano, em uma coluna o autor reforça a mensagem em outros idiomas. A Itália nesta década é um país fascista que exalta o patriotismo, a representação do jogador com o uniforme da seleção italiana demonstra essa influência, para os fascistas o “indivíduo que é uma nação e pátria”. No requisito de estilo gráfico existe uma forte influência do Futurismo, explorando movimento do jogador junto da utilização de cores vivas e contrastadas. A tipografia aplica uma fonte bastão bastante geométrica e angulada, o que demonstra ser uma peça de transição do período, uma vez que esses tipos remetem a tecnologia de máquinas em sua aplicação, além dos textos aplicados verticalmente no lado esquerdo da peça.

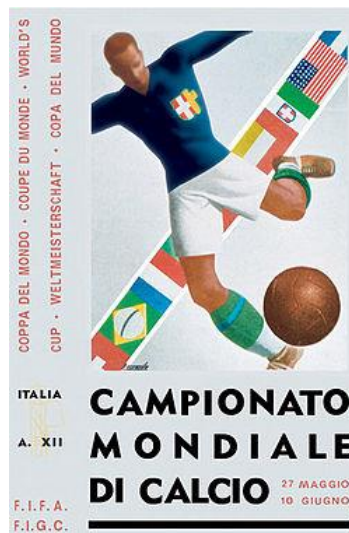


Figura 17– Cartazda Copa da Itália1934
Fonte: Site da Copa 2014¹⁰

¹⁰Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

França – 1938

O Mundo inteiro está numa tensão pré-Segunda Guerra Mundial, Jules Rimet então presidente da FIFA queria mostrar a força do esporte sobre a política, buscando fazer um evento muito bem organizado na tentativa de que o mundo volta-se as atenções apenas para o lado esportivo. Essa intenção pode ser percebida na imagem do Cartaz (Figura 18) como se o jogador conquistasse o mundo através do futebol, a bola aparece no centro do Cartaz e repousa sobre a França no Globo terrestre. O vermelho predomina a ilustração o que está relacionado com a tensão iminente da guerra, frente aos acontecimentos como a sangrenta guerra civil espanhola iniciada dois anos antes, e a vizinha Alemanha havia invadido a Áustria. O Desenho possui aspecto geometrizado, apelo visual comum da época onde pensamento modernista engloba estilos que usam desse recurso.



Figura 18– Cartazda Copa da França 1938
Fonte: Site da Copa 2014¹¹

¹¹Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

8.3.4 Brasil – 1950

Após a interrupção pelo período de 12 anos por causa da Segunda Guerra Mundial, a Copa acabou desembarcando no continente americano novamente, mais especificamente no Brasil, uma vez que os países europeus ainda estavam recuperando suas economias por causa da Guerra. Na ilustração desse Cartaz (Figura 19) vê-se no primeiro plano a perna de um jogador de futebol sobre uma bola, no segundo plano a imagem do morro Pão de Açúcar, um dos símbolos da cidade do Rio de Janeiro, então capital do país. Fator que auxilia na identificação do local que sediará a Copa. O meião feito de bandeiras representa a internacionalidade do evento. Percebe-se a preocupação dada com os textos que estão aplicados em letras maiúsculas blocados em tipos sem serifa, influência direta das escolas européias de design gráfico que pregavam o modernismo como solução para trabalhos gráficos deste gênero de mídia.



Figura 19– Cartazda Copa da Brasil1950
Fonte: Site da Copa 2014¹²

¹²Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

8.3.5 Suíça – 1954

País europeu neutro na Segunda Guerra Mundial, o qual desfrutava de grande prosperidade econômica e cultural. Neste ano alguns países conseguiram o privilégio de assistir os jogos do evento ao vivo pela televisão. No Cartaz (Figura 20) mais uma vez o goleiro e a bola são os destaques da mensagem, porém aqui uma representação inversa onde o goleiro assiste com uma expressão de espanto a bola atingir a rede do gol. Um estilo pictórico peculiar, os traços semelhante aos das pinturas cubistas fugindo assim dos estilos gráficos que despontavam no período, o design gráfico da Suíça nesta década conseguiu consolidar o que se chamaria chamado de Estilo Internacional ou Escola Suíça, caracterizada pela simplicidade e racionalismo, dentro deste aspecto a aplicação do texto pode se enquadrar nela, pela sutileza de seu emprego na parte inferior, o texto preto sobre o fundo azul quase passa despercebido é extremamente funcional e não deve chamar a atenção para si, o que se destaca no Cartaz e a grande bola alaranjada em contraste com fundo azul.

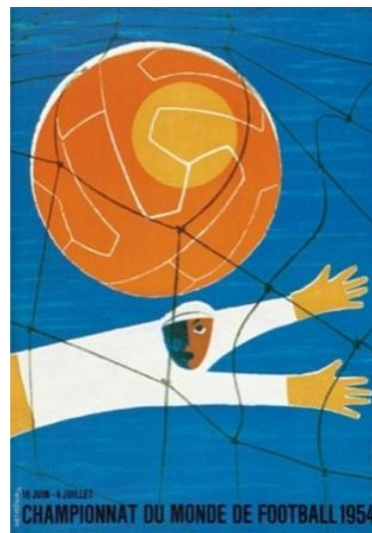


Figura 20– Cartazda Copa da Suíça1954
Fonte: Site da Copa 2014¹³

¹³Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

8.3.6 Suécia – 1958

Assim como a Suíça, a Suécia foi um país neutro durante ambas Grandes Guerras, ou seja, dentre os países europeus eram os que mais possuíam capacidade econômica para arcar com as despesas de um evento de porte internacional. No Cartaz (Figura 21) observa-se uma representação literal do futebol, onde uma silhueta do jogador insinua ter chutado a bola que atinge uma fita feita de várias bandeiras nacionais participantes do evento.

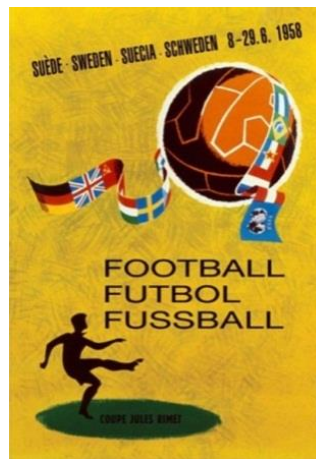


Figura 21– Cartazda Copa da Suécia 1958
 Fonte: Site da Copa 2014¹⁴

O Amarelo predominante na peça faz de certa forma uma alusão a cor do uniforme da seleção sueca, a qual por sua vez é retirada da bandeira nacional do país. O Cartaz não foge do estilo do período o modernismo, visto que seus elementos textuais utilizam uma tipografia sem serifa de espessuras médias. Diferente do Cartaz italiano com a forte influência futurista que já tentava utilizar mais de um idioma despreocupado com funcionalidade, o que prejudicou bastante a leitura como a integração dos elementos gráficos, o Cartaz desta Copa utiliza o mesmo artifício sem ter o problema do Cartaz italiano.

¹⁴Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

8.3.7 Segundo Período: A Era da Fotografia - Década de 1960 a 1980

O avanço técnico da impressão *offset* contribuiu para que a fotografia ganhasse espaço no meio impresso, apesar do invento ser do início do século XX, é nesse período que se consolida como sistema de impressão, principalmente quando se trata da utilização de imagens. O aumento na produção de materiais gráficos, como revistas e jornais, junto com os Cartazes, são bons exemplos de aplicação da fotografia no meio impresso.

8.3.8 Chile – 1962

“Por que não teremos nada, faremos tudo!”

Essa frase de Carlos Dittborn demonstra o sentimento dos chilenos para conseguir sediar o evento. No ano de 1960, o Chile sofreu com o maior terremoto já registrado cientificamente na história da humanidade. Os prejuízos foram muito grandes. Devido ao tamanho da destruição causada, o país precisava ser reconstruído e trabalhar muito para se tornar apto a sediar o Evento.

No Cartaz (Figura 22), pela primeira vez percebe-se o uso de uma linguagem conotativa. Mostra o planeta Terra sendo orbitado por uma bola de futebol como um satélite. Esses dois elementos deixam espaços vazios que representa a figuração da grandiosidade do espaço sideral, predominante na cor azul. Na figura do globo terrestre percebemos em vermelho a silhueta do mapa chileno indicando onde ocorrerá o evento. Era o auge da Guerra Fria, a corrida espacial do homem pela conquista do desconhecido influenciaram a representação deste Cartaz.



Figura 22– Cartaz da Copa do Chile 1962
Fonte: Site da Copa 2014¹⁵

8.3.9 Inglaterra – 1966

Neste Cartaz (Figura 23) encontram-se vários elementos que vem a se tornar um padrão futuramente nas Copas, como o uso do mascote e de uma marca que ajudam a fortalecer a identidade visual do evento. O logo da Copa já era utilizado desde a sua edição de 1954, na Suíça, porém, ainda não eram aplicados nos Cartazes.

O Leão é um símbolo cultural inglês de longa data por fazer parte da heráldica da família real. Batizado de Willie, a simpática mascote aparece chutando a bola pra cima no Cartaz. A bandeira do Reino Unido aparece também na peça, mostrando a amizade com os países da ilha, mesmo que estes não tenham tido nenhuma cidade como sub-sede da edição do Evento.

¹⁵Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

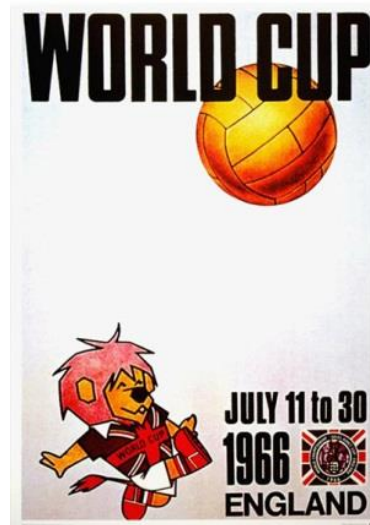


Figura 23– Cartaz da Copa da Inglaterra 1966
 Fonte: Site da Copa 2014¹⁶

8.3.10 México – 1970

A edição do México, no ano de 1970, herdou a identidade usada dois anos antes nas Olimpíadas. Considerada um marco dentro da categoria de identidade visual de eventos esportivos, ela foi reutilizada para a Copa. Tendo a utilização de referências populares da cultura folclórica mexicana, elementos geométricos mostram uma grande influência da Op Art. A principal característica é a busca de uma linguagem minimalista de fácil entendimento. No Cartaz (Figura 24) nota-se o desenho simplificado da bola de futebol no centro com assinatura logo abaixo – a mesma das Olimpíadas de 68. A bola por sua vez, faz alusão ao satélite de telecomunicação Telstar. A utilização de gomos geométricos intercalados em preto e branco, mostra ao mesmo tempo a bola e o satélite. Culturalmente essa edição da Copa ficou marcada por ter sido a primeira a ser transmitida ao vivo e a cores.

¹⁶Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

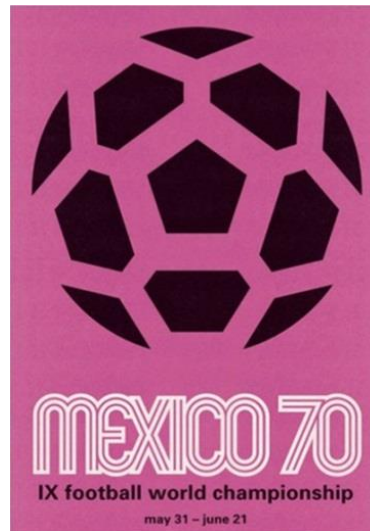


Figura 24– Cartaz da Copa do México 1970
Fonte: Site da Copa 2014¹⁷

8.3.11 Alemanha Ocidental – 1974

A ilustração do Cartaz (Figura 25) traz uma pintura de um jogador chutando a bola, não é possível identificá-lo, pois os traços são construídos por pinceladas rápidas, sugerindo ação e movimento do esporte, o fundo em preto cria maior destaque para o jogador, através do contraste.

O texto é aplicado de maneira funcional indicando uma hierarquia de informação. O título se apresenta em vários idiomas, em menor escala os nomes das cidades sedes.

¹⁷Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

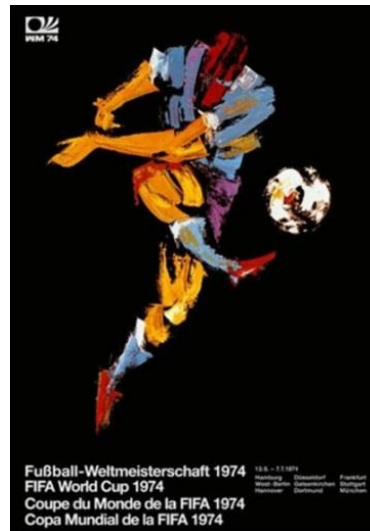


Figura 25– Cartaz da Copa da Alemanha Ocidental 1974
 Fonte: Site da Copa 2014¹⁸

8.3.12 Argentina – 1978

A América Latina vive um período onde seus governos são comandados por ditaduras militares. E o povo argentino não escapou ileso a essa situação, pelo contrário, teve um dos governos que mais se utilizou da violência para conter a sua oposição.



Figura 26– Cartaz da Copa da Argentina 1978

¹⁸Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

Fonte: Site da Copa 2014¹⁹

O Cartaz (Figura 26) mostra dois jogadores comemorando. Consegue se distinguir a camisa listrada como sendo da equipe anfitriã, demonstrando o forte senso de patriotismo praticado pelos governos militares. O estilo gráfico é fortemente influenciado pela Pop Art. Através da utilização de um contraste exacerbado a imagem é formada, reproduzida através das retículas em tamanho exagerado. Da mesma maneira do Cartaz da edição anterior, os textos recebem um tratamento de hierarquia funcional, destacando o nome do país e o ano. Já em menor tamanho, as cidades que fazem parte do evento. O tipo de letra utilizada se assemelha a da família Helvetica, considerada um grande avanço da tipografia da época.

8.3.13 Espanha – 1982

Em 1975 deu-se o fim da ditadura militar que assolava o território espanhol desde o golpe de Estado instituído pelos denominados “*Nacionales*”, em 1939. Liderados pelo general Francisco Franco, o qual recebia apoio externo da Alemanha nazista e da Itália fascista, a coalizão rebelde instituiu um partido único autoritarista.

Um dos tantos movimentos artísticos predominantes da época era o Surrealismo, sendo que os principais expoentes desse movimento eram justamente oriundos desse país. Assim, para o Cartaz (Figura 27) dessa edição da Copa, o responsável pela criação foi ninguém menos do que Joan Miró.

¹⁹Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

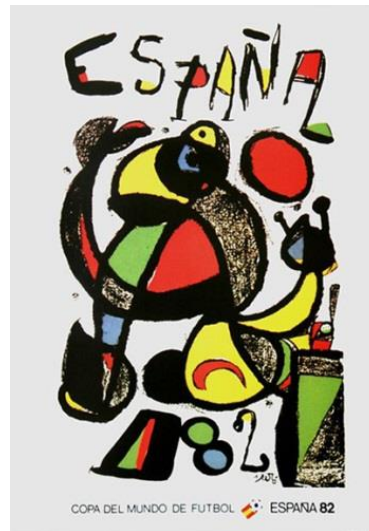


Figura 27– Cartaz da Copa da Espanha 1982
Fonte: Site da Copa 2014²⁰

O Cartaz é um dos poucos que mesclou a imagem textual com a ilustração, de forma que uma interfere diretamente no curso da outra. Nos demais Cartazes, a projeção da imagem estava de acordo com a projeção textual. Porém, estas não se agrupavam e se uniam da forma como esta edição o faz.

Os surrealistas visavam retratar um mundo “paralelo”, muitas vezes alimentado por suas divagações e, sobretudo, por seus sonhos. Joan Miró em especial, trabalhava de uma forma a intensificar essa transcendência do irreal em detrimento do real. Em suas obras deixava o pincel maleável em suas mãos e ia desenhando conforme estabelecia contato com a superfície da pintura, sempre com o intuito de criar imagens que estivesse associadas ao seu subconsciente.

8.3.14 México – 1986

“A mão de Deus”. Talvez seja essa a frase que melhor defina o torneio realizado em 1986, no México. Assim como havia ocorrido com o Chile, um terremoto assolou o território mexicano um ano antes do Evento. Porém, o que parecia ser o prelúdio de um

²⁰Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

completo desastre, que causou cerca de 20mil mortes, foi apenas um acontecimento para ficar na memória dos mexicanos. Os estádios saíram intactos e a Copa foi um evento memorável.

O México foi o primeiro país a sediar por duas vezes a Copa do Mundo, sendo sucedido na edição seguinte pela Itália e posteriormente por França, Alemanha e Brasil. Após a desistência da Colômbia por problemas financeiros, e da rejeição brasileira, canadense e estadunidense, o México foi escolhido.

O torneio em si foi marcado por um dos momentos mais criticados e lembrados do futebol, que talvez passará de geração em geração e perdurará na história das Copas, o gol de mão de Diego Maradona, que concedeu o empate com a Inglaterra nas quartas-de-final e que, posteriormente fez com que a seleção sul-americana levantasse a taça. O jornal francês *L'Équipe*, concedeu ao argentino o apelido de “metade anjo, metade demônio”.

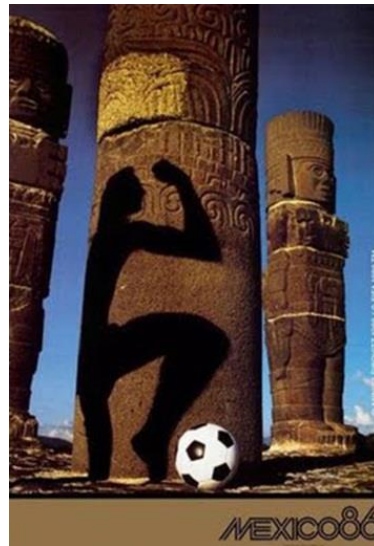


Figura 28– Cartaz da Copa do México 1986
Fonte: Site da Copa 2014²¹

Diferente do Cartaz de 1970, onde a utilização de uma nova bola para a prática do esporte foi um fator influenciador na construção do Cartaz, dessa vez o pôster (Figura

²¹Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

28) optou por trazer ao conhecimento do público uma imagem que remetesse à cultura local. Para tal se utiliza de colunas astecas como cenário de uma possível partida. Uma sombra projetada de um jogador é inserida no contexto.

A tipografia utilizada havia praticamente se tornado uma identidade dos eventos internacionais mexicanos. Utilizada pela primeira vez nas Olimpíadas de 1968, e posteriormente na Copa do Mundo de 1970, ela volta a aparecer nesta edição.

8.3.15 Terceiro Período: A Era Digital - Década de 1990 até o presente.

Assim como o *offset* trouxe uma mudança grande no design gráfico, o computador pessoal virou um marco no aspecto de processo técnico produtivo. Foi na década de 1990 que ele popularizou-se, se transformando na principal ferramenta dos designers. A versatilidade dos aplicativos de computação gráfica traz uma nova linguagem onde existe uma maior mistura da fotografia com a ilustração até então menos exploradas sem a ferramenta.

Uma data importante para o design gráfico ocorreu em 19 de fevereiro de 1990, quando Thomas Knoll transformou sua tese de doutorado sobre processos de imagem digital num *software* que no momento foi denominado de “ImagePro”, do qual futuramente se transformaria no que hoje conhecemos por “Photoshop”.

8.3.16 Itália – 1990

O Cartaz italiano de 1990 (Figura 29) demonstra esse avanço tecnológico. Se utilizando da fusão de imagens, o Cartaz apresenta um layout que atualmente pode ser enquadrado até mesmo como design vernacular, porém, para aquela época, esse efeito de montagem entre duas imagens era considerado um grande avanço tecnológico.

Na imagem, tem-se o ícone central da Itália, o Coliseu romano, que outrora foi palco de diversas batalhas, muitas até mesmo pela vida, sendo equiparado a um estádio de futebol. A analogia que pode ser feita é a de que grandes batalhas iriam acontecer no

evento futuramente, porém, dessa vez, a atração era o esporte bretão e não corrida de bigas, muito menos gladiadores.

O contraste utilizado em preto e branco do Coliseu ressalta uma imagem direta, assim como o título do evento logo acima, escrito com uma tipografia sem serifa, em forma de bastonetes retos e sem efeitos. Até mesmo a informação textual é sucinta. Nada de ressaltar as cidades sede, ou mesmo o tempo de duração ou ainda em que período se daria. Apenas país e ano.

A utilização do preto e branco para a foto do Coliseu, em detrimento da utilização da cor no campo, pode ainda remeter ao fato de passado e presente. Geralmente, para enfatizar algo mais sério ou mesmo mais antigo, é comum utilizar uma imagem em preto e branco, ou mesmo em tons de Séphia. A utilização da imagem em negativo remonta ao processo fotográfico em ascensão. A imagem impressa seria a mesma vista num microfilme, ou seja, no momento de captação da foto.

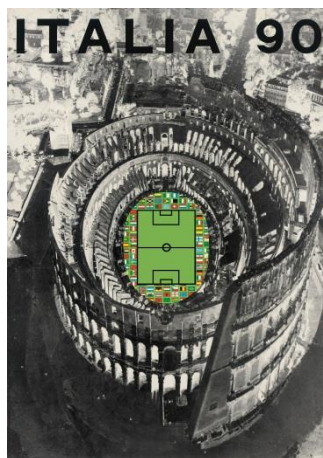


Figura 29– Cartaz da Copa da Itália 1990
Fonte: Site da Copa 2014²²

O Muro de Berlim, que simbolizava a bipolaridade mundial que existia desde o fim da Segunda Guerra Mundial, segregando a Alemanha pela metade capitalista (Ocidental) e outra metade socialista (Oriental), teve seu fim em 1989. A Europa

²²Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

comemorava o fim de uma era. Os países estavam próximos de serem reunidos mais uma vez.

Este fator pode ser visto no Cartaz, onde o *calcio* ali apresentado traz diversas bandeiras dos países participantes muito próximas uma das outras. Buscando trazer o mesmo efeito ao público que o meio da Copa do Brasil de 1950 ressaltou.

O Evento em si, foi considerado por críticos, o pior de todos no quesito do futebol apresentado pelas equipes. Além de ser detentor da pior média de gols por jogo de toda a história das Copas.

8.3.17 Estados Unidos – 1994

A queda do “muro da vergonha” em 1989 foi o estopim para o fim da Guerra Fria, travada de forma silenciosa nas últimas quatro décadas, entre os Estados Unidos e a União das Repúblicas Socialistas Soviéticas - URSS.

Em 1991, mais especificamente no mês de agosto, diversos países que outrora pertenciam a URSS, tiveram a sua independência decretada. No fim desse mesmo ano foi a vez da própria URSS decretar sua extinção.

Era nítida a ascensão dos Estados Unidos como a única grande superpotência política, econômica e militar do mundo atual. Somado a esse fato ainda, em 1992, celebrava-se o aniversário de 500 anos de descobrimento das Américas. Era um momento de extrema comemoração.

Após o declínio das ditaduras no continente, alguns tratados de mercados foram feitos entre os países vizinhos, a fim de estreitar alianças e evitar que possivelmente novas ditaduras pudessem ascender num futuro próximo. Na porção sul, Brasil, Paraguai, Uruguai e Argentina se aliaram para juntos formarem o Mercosul. Já na porção norte, Estados Unidos, Canadá e México criaram o Nafta.

A Copa do Mundo sediada nos Estados Unidos serviu para coroar essa ascensão do país. O Cartaz (Figura 30) idealizado para a promoção demonstra isso. Sendo elevado através de bolas que realizam uma metáfora para balões, o território estadunidense é elevado para a atmosfera. Uma clara analogia ao período vivido anos atrás, quando disputava a corrida espacial com a extinta URSS. Onde teve como resultado um dos

maiores acontecimentos da humanidade: a chegada do homem à Lua, com Neil Armstrong, em 1969.

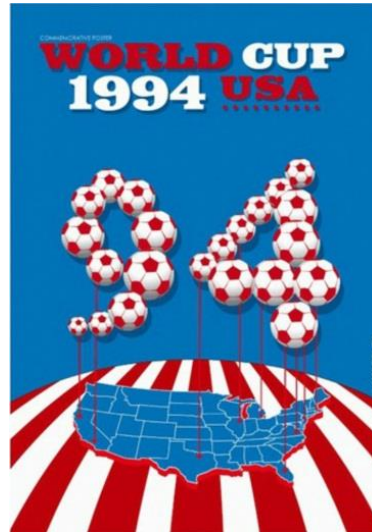


Figura 30 – Cartaz da Copa dos Estados Unidos 1994
Fonte: Site da Copa 2014²³

O Evento em si foi um sucesso, para muitos críticos a melhor Copa até então. Apesar do esporte não ser uma preferência nacional, longe disso, o *marketing* em torno fez com que fosse a edição com maior recorde de público da história, com uma média surpreendente de 68.991 torcedores por partida (Fonte: Site da FIFA). Os estádios sede para o evento foram os já utilizados pela *National Football League* (NFL) e pela *National Collegiate Athletic Association* (NCAA), apenas sofrendo algumas adaptações. O único fator que desfavoreceu para que o evento fosse perfeito, foi o calor enfrentado pelos atletas durante forte verão estadunidense.

8.3.18 França – 1998

²³Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

Após 60 anos e duas Grandes Guerras, a Copa do Mundo voltava a ser sediada na França. Em 1991 houve o Tratado de Maastricht, onde deu-se início a União Européia. Era então a primeira vez que o continente sediava o evento após um acordo político internacional. Para o velho continente, os países do oeste europeu formavam agora uma única grande nação.

Para celebrar essa união o Cartaz (Figura 31) apresenta um estádio cheio de torcedores. Os pontinhos representacionais são de diversas cores. Estas podem ser assimiladas a diversas nacionalidades, porém, formando uma só torcida. As formas lembram bastante o *Centre Pompidou*, presente na capital francesa, influenciador das características culturais e artísticas.



Figura 31 – Cartaz da Copa da França 1998
Fonte: Site da Copa 2014²⁴

8.3.19 Coréia do Sul & Japão – 2002

Foi a primeira vez na história das Copas que o continente asiático se tornava sede do evento, deixando de lado o comum eixo América-Europa. Foi também a primeira vez que dois países dividiam a obrigação de sediar o evento. Somado a isso, e a

²⁴Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

característica do campeão da edição anterior ter o privilégio de garantir uma vaga na edição subsequente, foi também a primeira vez que três seleções estavam garantidas no torneio, sendo Japão, Coréia do Sul e a então campeã França, já classificadas para a fase de grupos antes mesmo de seu início.

Com uma história milenar, Japão e Coréia do Sul visaram retratar no Cartaz (Figura 32) um pouco da sua cultura. Para tal, a construção do campo de futebol através da utilização de traços rápidos e longos do tradicional *fude* (pincel em japonês). Visando expor uma idéia que remetesse ambas as nacionalidades, os traços se assemelham ao sistema de escrita comum no oriente, inclusive nos dois países.

A inclinação do campo mostra um sentido de perspectiva. Somado a isso, a sangra da imagem transmite ao telespectador um senso de que ele poderia entrar no campo a qualquer momento. Foi a primeira e única vez em que o logotipo oficial da edição faz parte do layout do Cartaz como membro integrante do desenho. Em outros momentos quando apareceu foi de forma tênue, sendo deslocado para um canto ou outro se assemelhando mais ao logotipo de um patrocinador.

A tipografia utilizada é uma reta, em forma de bastonetes, sem serifa, facilitando a legibilidade e dando ênfase ao campo em si. O fundo branco do Cartaz se assemelha a uma tela de pintura, ou mesmo uma folha branca.



Figura 32– Cartaz da Copa do Japão-Coréia do Sul de 2002

Fonte: Site da Copa 2014²⁵

8.3.20 Alemanha – 2006

Bancher (2003), em seu livro intitulado “A queda do Muro de Berlim e a presentificação da história”, comenta o quão dificultoso foi a separação das Alemanhas:

“Überraschend! Surpreendente, talvez tenha sido, para a maioria dos alemães, a palavra mais citada tanto na queda quanto na construção do Muro de Berlim. De modo repentino, da noite para o dia [...], os alemães perdiam a sua liberdade de ir e vir e deixavam de ser apenas alemães, para se tornarem ocidentais e orientais. Berlim via seus bairros literalmente divididos ao meio, enquanto vizinhos, parentes e amigos não mais se viam por vinte e oito anos. (BANCHER, 2003, p. 106).”

Haviam se passado dezessete anos desde a queda do muro, porém, o país germânico não havia tido oportunidade de mostrar ao mundo como estava se portando diante do ocorrido. Os habitantes haviam se recomposto? Ainda permaneciam ideologias nazistas na população? Ainda haviam mostras de um desencontro entre o lado leste e oeste, sobretudo da capital Berlim?

A Copa de 2006 serviu para mostrar uma reunificação alemã. Não haviam ficado mazelas por conta do símbolo da Guerra Fria. O Cartaz (Figura 33) da XVIII Copa do Mundo visa transmitir essa ideologia ao mundo externo: a Alemanha era mais uma vez uma só.

²⁵Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

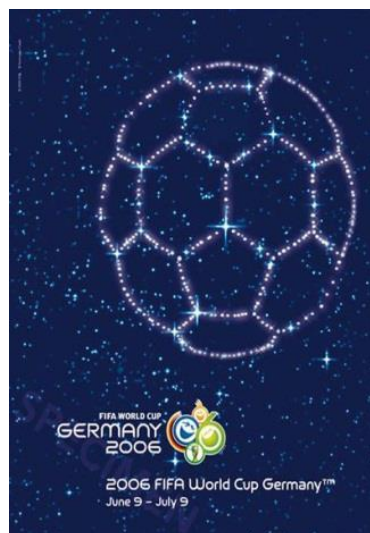


Figura 33– Cartaz da Copa da Alemanha 2006
Fonte: Site da Copa 2014²⁶

Se utilizando do encontro de estrelas com o intuito de formar uma bola, o Cartaz da Copa busca trazer o sentimento alemão após sua re-união. Considerado por muitos, um dos Cartazes mais bonitos de todas as Copas, o Cartaz traz a informação clara e direta, mesma ideologia das escolas alemãs que pregavam essa metodologia há cerca de um século. As estrelas brancas mostram um céu noturno estrelado, no qual a bola é o centro. O Cartaz, na sua forma estrutural, se assemelha em muito com o da Copa de 1970, sediada no México. Mais uma vez a bola é a informação central.

A tipografia é reta, porém mantendo uma linha contínua, sem quebras. Uma mescla da informação digital que assola o globo, bem como mantendo a estética da Bauhaus, sobretudo de tipografias como a AkzidenzGrotesk. Ao lado da informação textual vê-se a identidade visual da edição. O Cartaz apresenta uma simetria vertical.

8.3.21 África do Sul – 2010

A FIFA, com o intuito de promover o esporte em demais localidades não tão comumente associadas à prática do esporte, decidiu realizar um rodízio entre os

²⁶Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

continentes para sediarem a Copa do Mundo. Dessa forma, pela segunda vez na década, o Evento ganhava um território inóspito como sede. Em 2002 a Ásia quebrou o monopólio do eixo América-Europa. Já em 2010 foi a vez do continente africano fazer sua estréia.

Apesar da sua localização ao sul africano, longe da região do Magreb, a África do Sul é um dos países mais ricos do continente, perdendo apenas para a Nigéria (fonte: FORBES). Fator que influenciou sua escolha para sede da Copa do Mundo. Somado a isso, há o fato de ter o inglês como uma de suas 11 línguas oficiais, falado por grande parte da população. Destaca-se também um dos influenciadores para sua escolha, a figura política de Nelson Mandela.

O continente africano é marcado pela miséria e pela desigualdade, devido principalmente ao período de colonização vivido séculos antes, quando países europeus eram as metrópoles que controlavam as finanças e o governo locais.

A África do Sul em particular, tendo sido colonizada pela Inglaterra, vivenciou um período muito forte de segregação racial, que ficou conhecido como *Apartheid*. Negros eram privados de sua cidadania, enquanto que a minoria branca era quem instituía o poder.

O Cartaz criado para o Evento (Figura 34) busca retratar o cidadão africano. Pra tal, há a utilização de um momento de descontração, diga-se assim, por parte do jogador com a bola. A utilização do contorno do jogador faz alusão ao mapa geográfico do continente africano. Esse fator exemplifica a idéia de que, apesar de ser apenas um país sede, todo o continente estaria envolvido no Evento.

Além disso, essa ambiguidade de jogador e continente num mesmo desenho remonta a destacar as origens, numa espécie de “leitura” onde o negro é a África, e a África é o negro.



Figura 34– Cartaz da Copa da África do Sul 2010
Fonte: Site da Copa 2014²⁷

Do torneio em si, uma marca que ficará para sempre lembrada por aqueles que assistiram a alguma partida, é o som ensurdecador das vuvuzelas, espécie de corneta que tem sua origem justamente nos ancestrais do país sul africano.

²⁷Disponível em: <<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/veja-os-cartazes-oficiais-de-todas-copas-do-mundo/>> Acesso em jun 2014.

9. NEOSSURREALISMO

9.1 BREVE HISTÓRIA

“Neossurrealismo é um gênero artístico que nasceu a partir do movimento Surrealista e sua rica e variada maneira de se expressar.” (SASSO, Fábio, 2012, p.165)

O dicionário da Língua Portuguesa define Surrealismo como “Movimento artístico e literário de origem francesa, que pretende um automatismo psíquico puro, capaz de dar expressão às atividades do subconsciente sem controle exercido pela razão”.

André Breton, em outubro de 1924, marcou historicamente o nascimento do movimento surrealista com seu “Manifesto do Surrealismo”. A principal ideologia difundida pelo manifesto visava responder a seguinte pergunta: “O sonho não pode ser também aplicado à solução das questões fundamentais da vida?”.

Os surrealistas defendiam que sua arte era baseada no automatismo psíquico pelo qual alguém se propõe a exprimir, seja verbalmente, seja por escrito, seja de qualquer outra maneira, o funcionamento real do pensamento. Em outras palavras, este movimento artístico surge todas as vezes que a imaginação se manifesta livremente, sem o freio do espírito crítico, o que vale é o impulso psíquico.

Fortemente influenciado pelas teorias de Freud, a fantasia, os estados de tristeza e melancolia exerceram grande atração sobre os surrealistas.

Os surrealistas adotaram duas maneiras distintas de buscar extravasar seus sonhos e seus ideais. Os primeiros tentaram produzir novas sensações à partir da inserção de imagens fantásticas e irreais em suas obras. O resultado obtido parecia fugir da premissa lógica, ficando muitas vezes sem explicação. São artistas desse ideal o belga René Magritte, bem como o principal expoente surrealista, o espanhol Salvador Dalí.

A outra frente surrealista adotou um método, de pintura sobretudo, calçado pelo automatismo. Os artistas deixavam seus pincéis se movimentarem sobre a superfície da

pintura, criando imagens e símbolos que revelavam seus subconscientes. Um artista dessa modalidade é o também espanhol Joan Miró.

“No final dos anos 70, o Surrealismo havia evoluído em um gênero artístico que ilustrava a complexidade do sonho ou visões subconscientes no espaço irracional, um estilo agora conhecido como Neossurrealismo.” (SASSO, Fábio, 2012, p.168)

“O Neossurrealismo, que algumas vezes é chamado de Surrealismo Moderno, não engloba a idéia original surrealista de liberdade do controle racional. Mas é inegavelmente um gênero artístico próspero inspirado pelo antigo movimento Surrealista.” (SASSO, Fábio, 2012, p.168)

9.2 O NEOSSURREALISMO COMO FORMA DE ARTE

Com avanços da computação gráfica, sobretudo no que diz respeito da evolução dos programas para edição de imagens, tornou-se comum a prática da criação de montagens de diversos cenários. Ora essa montagem destina-se a mostrar um cenário físico real, ora destina-se a mostrar uma cena montada e, ainda, se destina a mostrar algo do imaginário, unindo itens ou mesmo características que não se enquadrariam na realidade.

Porém, ainda que interessante e, indiferentemente de qual grupo faça parte, esse “movimento artístico” pode ser considerado ainda vernacular. Haja visto que essa prática geralmente acontece mais pela facilidade do meio gráfico em inserir ambientações, como é o caso específico do aplicativo *ActionMovie*, por exemplo, do que pelo propósito de criar arte.

A difusão de peças neossurrealistas está atrelada a facilidade de compor mídias visuais. São inúmeros os artistas que poderiam se enquadrar dentro dos ideais neossurrealistas, levando-se em consideração apenas suas obras. Porém, são poucos destes, que visam manter vivo o surrealismo, retratando o imaginário e o subconsciente. E por não conseguir diferenciar um do outro, muitas vezes, acabam confundindo o público com sua real intenção.

Gombrich, ao falar sobre arte moderna, já destacava:

“A resposta é mais facilmente sentida do que expressada, pois tais explicações deterioram-se e redundam, com facilidade, em pseudopropriedade ou absurdo puro e simples. Entretanto, se uma explicação for imprescindível, suponho que a verdadeira resposta a essa interrogação é esta: o artista moderno quer criar coisas. A ênfase está em criar e em coisas. Ele quer sentir que realizou algo que não existia antes.” (GOMBRICH, 1999, p.466)

O Neossurrealismo é uma forma de arte que pode e deve ser explorada. Porém, há uma grande parcela de, sobretudo designers gráficos, que se utilizam dessa modalidade artística numa forma de visar expor seu trabalho em detrimento de realmente criar uma obra pensando previamente. Em síntese, muitos designers criam por criar, sem ter em mente o conceito atrelado ao processo criativo específico desse segmento artístico.

Uma modalidade dentro desse ramo artístico que elucida o pensar num conceito prévio, seria aquela voltada para a criação de jogos. O “*game designer*”, como é comumente conhecido, poder-se-ia ser enquadrado como um artista neossurrealista, dependendo da ambientação envolvida no projeto gráfico do jogo em questão. Este artista é responsável por mostrar digitalmente um mundo que por diversas vezes existe apenas em seu subconsciente. O pensamento prévio, em criar uma ambientação para o jogo faz com que esse artista relacione seus sonhos os trazendo à vida.

9.3 PRINCIPAIS EXPOENTES

Como mencionado anteriormente, a difusão da fotografia digital, além dos programas responsáveis pela edição de imagens estão intimamente ligados ao processo de criação e a difusão de peças neossurrealistas. Sendo assim, nada mais natural que alguns fotógrafos sejam os principais expoentes dessa modalidade.

Além disso, com a facilidade de criação de material, torna-se difícil enumerar quem seriam os principais responsáveis por trazer à tona o conceito por trás do Neossurrealismo, haja visto que, em determinados momentos, alguns designers poderiam realizar esse tipo artístico apenas com a finalidade de suprir um serviço ou ainda com o intuito de “descobrir novas ferramentas”.

Assim, com uma grande quantidade de material e pessoal para serem considerados expoentes significativos desse segmento artístico, viu-se a necessidade de escolha de quem mais se aproximaria do que buscava-se retratar com o redesign dos Cartazes da Copa do Mundo. Essa escolha partiu do princípio de que esses artistas envolviam-se com o processo de criação, dando vida para seus sonhos, atribuindo assim os valores defendidos e difundidos pelo Surrealismo.

9.3.1 Erik Johansson

“Eu sou um fotógrafo e manipulador da Suécia. Utilizo a fotografia como uma forma de coletar materiais para realizar as idéias da minha mente.” É assim que o fotógrafo Erik Johansson se apresenta em seu *site*.

Em sua palestra no TED Salon (sigla proveniente de Tecnologia, Entretenimento e Design), no outono de 2011 na cidade de Londres, o fotógrafo explica ao público o funcionamento de sua metodologia de trabalho.

O artista tem como diferencial o fato de desenhar antes a cena que irá fotografar. A partir de seu desenho preliminar, vê a necessidade de quantas fotos serão necessárias para chegar no resultado final, a partir daí ele mesmo trata de fotografar as imagens que comporão a obra, mesclando-as com o auxílio de programas de edição de imagens.

Suas obras são completamente surreais, visando retratar sempre uma idéia que não pertence aos padrões normativos da realidade. Mesclando muitas vezes ambientes marítimos ou aquáticos em locais desérticos e vice-versa.

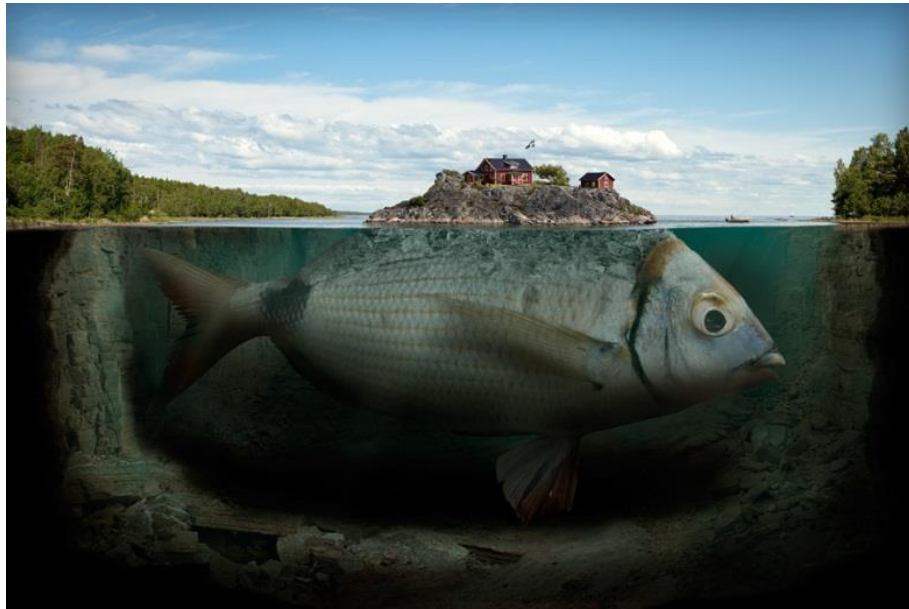


Figura 35–Fisk
Fonte: Site do Erik Johansson²⁸



Figura36 – Go your own road
Fonte: Site do Erik Johansson²⁹

²⁸Disponível em: <<http://erikjohanssonphoto.com/work/imagecats/personal/>> Acesso em jul 2014.

²⁹Disponível em: <<http://erikjohanssonphoto.com/work/imagecats/personal/>> Acesso em jul 2014.

9.3.2 Kyle Thompson

Kyle Thompson é um fotógrafo de apenas 22 anos de idade. Iniciou sua carreira visando retratar casas abandonadas próximas ao local onde morava, no subúrbio de Chicago. Em seus primeiros cliques, utilizava a si mesmo como modelo. “Foi mais fácil porque eu estou sempre disponível e eu queria alguma forma de canalizar as minhas emoções. Senti que os auto-retratos eram a forma mais pessoal.” Alega o fotógrafo numa entrevista para uma revista especializada.

Diferentemente do processo criativo elaborado por Erik Johansson, Kyle utiliza as ferramentas de edição apenas com o intuito de tratar as imagens, no sentido de realçar cores e realizar pequenos reparos, retirando possíveis ruídos ou imperfeições.

Todo o seu trabalho é realizado na montagem do cenário. Se utilizando de casas abandonadas ou ainda florestas desérticas, ele cria uma ambientação para que possa trabalhar a ideia que tem em sua mente.

A maior parte de seu trabalho consiste em capturar um momento efêmero, um lapso momentâneo, uma fração de segundo de algo que está prestes a acontecer ou ainda que acabou de ter ocorrido. Nota-se a presença da água como uma temática pregnante em seu trabalho.



Figura 37 – Untitled
Fonte: Site do Kyle Thompson³⁰



Figura 38 – Untitled
Fonte: Site do Kyle Thompson³¹

³⁰Disponível em: <<http://www.kylethompsonphotography.com/>> Acesso em jul 2014.

³¹Disponível em: <<http://www.kylethompsonphotography.com/>> Acesso em jul 2014.

9.3.3 Jeremy Geddes

Apesar de seu trabalho ser similar a de um fotógrafo, talvez pela qualidade realista dos desenhos, em termos de perspectiva, luz e demais atributos estéticos, Jeremy Geddes é na verdade um pintor.

Nascido em Melbourne, na Austrália o pintor ganhou notável conhecimento depois de realizar uma série de pinturas que ficaram conhecidas como “Cosmonauta” (Figura 39).

A maior parte de seu trabalho é realizado com tinta óleo sobre tela. O hiper-realismo das figuras é algo que, quando observado rapidamente, se assemelha a uma fotografia. Isso pela qualidade e perícia de seu desenho. A temática retratada em suas obras, principalmente na série comentada anteriormente, remonta a explosões, sendo facilmente comparadas com efeitos visuais de um filme *hollywoodiano*.

As figuras humanóides geralmente estão levitando, como se não houvesse a presença da gravidade. Em outros momentos, o trabalho se assemelha a um *frame* de uma super câmera lenta, utensílio recorrente atualmente.



Figura 39 – White cosmonaut
Fonte: Site do Jeremy Geddes³²



Figura 40 – Acedia
Fonte: Site do Jeremy Geddes³³

³²Disponível em: <<http://www.jeremygeddesart.com/>> Acesso em jul 2014.

³³Disponível em: <<http://www.jeremygeddesart.com/>> Acesso em jul 2014.

10. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

“(...) no campo do design não se deve projetar sem um método, pensar de forma artística procurando logo a solução, sem antes se ter feito uma pesquisa para se documentar acerca do que já foi feito de semelhante ao que se quer projetar, sem saber que materiais utilizar para a construção, sem ter precisado bem a sua exata função.” (MUNARI, Bruno, 1998, p. 20-1)

Este projeto, de uma forma generalizada, visa um melhor entendimento dos aspectos teóricos e práticos relativos ao design gráfico aplicados à comunicação visual associada à promoção de eventos. Visando uma melhor compreensão desses aspectos, selecionou-se uma temática que englobasse um número maior de culturas, história e demais influenciadores na confecção de um material de divulgação. Assim, se utilizando do Evento da Copa do Mundo, mais especificamente da veiculação de seus Cartazes como parte integrante de um sistema de *marketing* ao público, este projeto decidiu firmar seu objeto de estudo.

Em sua grande parte é um trabalho de pesquisa qualitativa que busca fazer a análise desses materiais produzidos para a Copa do Mundo de Futebol. A idéia da produção dos postais em forma de releitura tem a intenção de aplicar na prática os resultados encontrados na análise qualitativa. Além de colocar em prática o conhecimento adquirido. Os postais servem como forma de divulgação e valorização do design gráfico como produto e não apenas serviço.

Dentre diversos procedimentos metodológicos analisados, o que serviu de referencial para o projeto foi o proposto por Bruno Munari (1998), segundo o autor, “o método projetual não é mais do que uma série de operações necessárias, dispostas por ordem lógica, ditada pela experiência. O seu objetivo é o de se atingir o melhor resultado com o menor esforço.”

A estrutura de modelo metodológico apresentada adiante (Figura 41), ao lado esquerdo, foi a estabelecida por Munari e adotada como referência pelos autores deste projeto. Visando um melhor entendimento em relação às etapas, em conjunto com a metodologia estabelecida pelo autor, visou-se esquematizar as relações do processo introduzidas ao trabalho, mostrado à direita da imagem.

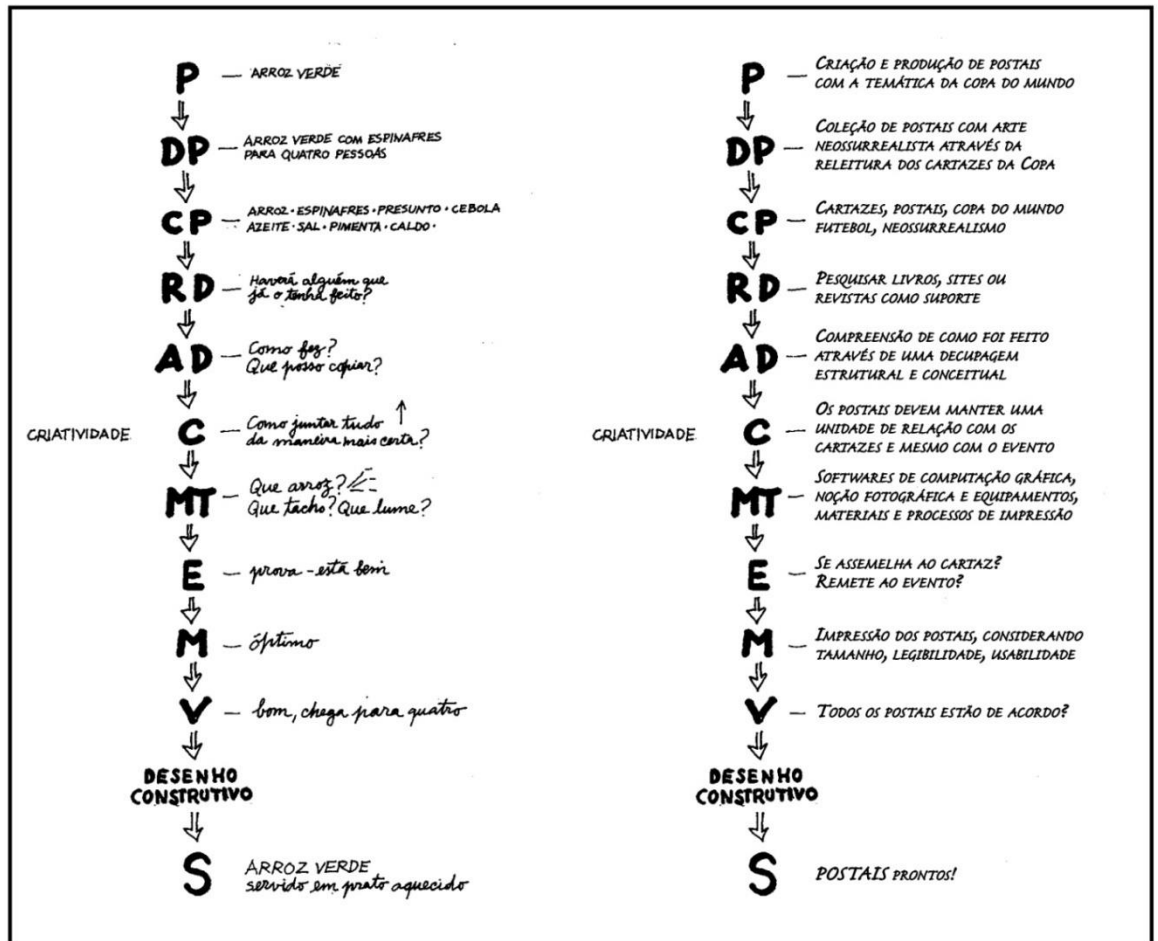


Figura 41 – Modelo de Metodológico,³⁴

Fonte: MUNARI, Bruno. *Das Coisas Nascem Coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

Após executada a coleta e posterior análise de dados, dá-se início a fase da Criatividade. É o momento de estabelecer um elo entre o que foi feito até então, com o projeto visual futuro. Visando criar um parâmetro no momento da confecção dos postais, levando em consideração que havia mais de uma pessoa envolvida no processo, foi realizado um organograma. Este foi adotado como guia para que os postais pudessem ser confeccionados.

³⁴Onde P: Problema; DP: definição do problema; CP: componentes do problema; RD: coleta de dados; AD: análise dos dados; C: Criatividade/criação; MT: materiais e tecnologia; E: experimentação; M: modelo; V: verificação; e, S: Solução.

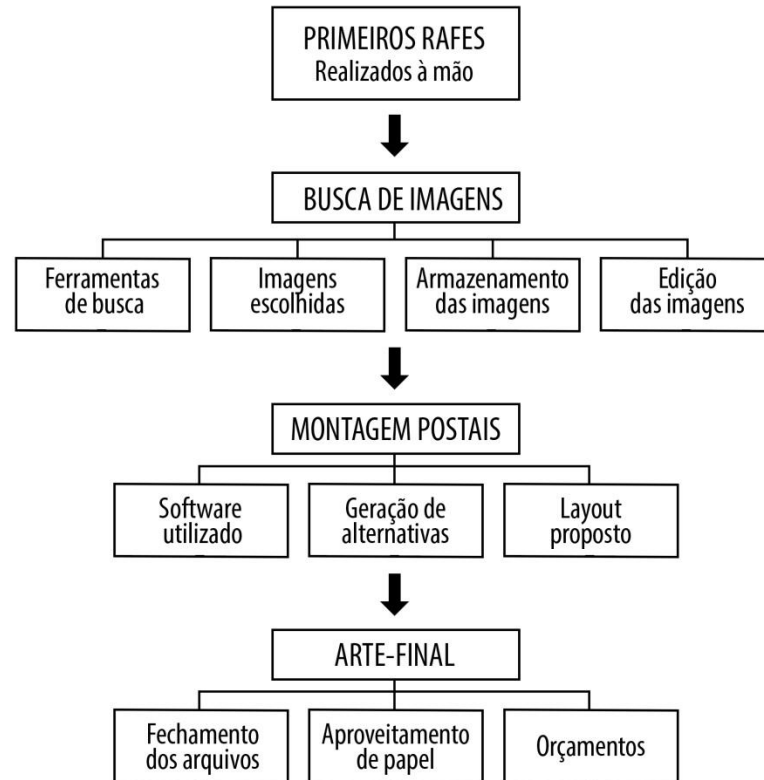


Figura 42– Organograma da metodologia
Fonte: Os Autores

Visando exemplificar o processo com apenas um modelo, a fim de esmiuçar as informações de como foi feito e de que forma foi feito, estabeleceu-se a adoção de um postal em específico pra tal, o da edição da Alemanha de 2006. Porém, deve-se ressaltar que em todos os demais postais mostrados na seqüência, o processo foi o mesmo, podendo sofrer uma alteração ou outra em detrimento das análises feitas anteriormente. Como menciona Munari (1998) “O método projetual para o designer não é nada de absoluto nem definitivo; é algo que se pode modificar se se encontrarem outros valores objetivos que melhorem o processo.” (MUNARI, Bruno, 1998, p. 21)

Antes de delimitar qualquer tipo de estudo, viu-se necessário estabelecer uma especificidade que fizesse com que os Cartazes não destoassem da proposta do projeto, ou seja, era necessário, antes mesmo de rabiscar qualquer modelo, traçar uma definição para o termo releitura.

Segundo o dicionário da Língua Portuguesa a palavra releitura “vêm daquilo que se refere a reler. Ler novamente. Ter uma nova visão à partir de algo já existente.” Nas artes, a releitura está associada a utilizar uma referência artística e, através desta, estabelecer uma nova reprodução, reinterpretando-a.

A releitura, como objeto de criação pessoal, vai depender em muito da interpretação relacionada ao responsável por reproduzi-la. A interpretação que esse indivíduo fez em relação ao original será importante para enfatizar aspectos em detrimento de outros.

Uma ressalva apenas é que reler uma obra é totalmente diferente de apenas reproduzi-la com a inserção de outros meios ou mesmo ferramentas. Trata-se de interpretar muito bem o original e através dessa interpretação exercitar a criatividade a fim de que se possa criar uma nova obra, seja esta uma pintura, escultura, peça de teatro, conto, entre outros.

10.1.1 Tipologia

Com base na análise morfológica percebe-se que não será necessário o uso de uma tipografia muito pesada para chamar a atenção da mensagem verbal. Com o resultado da análise, nota-se que é possível direcionar o receptor apenas organizando de maneira correta os elementos gráficos simbólicos. Por outro lado, uma tipografia com uma espessura muito fina, pode sofrer interferência desses mesmos elementos gráficos.

Desta maneira a fonte escolhida foi a ITC OfficinaSerif (Figuras 43-4). Desenhada no final da década de 1980 ela é classificada como Serifa Quadrada, sua aplicação no projeto utiliza a versão *Bold* e a *Book*. Inicialmente essa fonte foi projetada para o uso em documentos de escritório e correspondência o que no caso combina com a coleção de postais, mas o fator definitivo para o seu uso foi a neutralidade e elegância que ela proporcionou ao ser aplicada nos postais, não interferindo no desenho base.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Figura 43 – Fonte ITC OfficinaSerifBold
Fonte: Os Autores

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Figura 44 – Fonte ITC OfficinaSerif Book
Fonte: Os Autores

No verso do postal (Figura 45) utiliza-se mais uma aplicação tipográfica, ao qual fica mais visível as qualidades da fonte, ao contrário da frente do postal, no verso, as informações devem ser ainda mais claras e facilmente interpretadas pelo leitor.

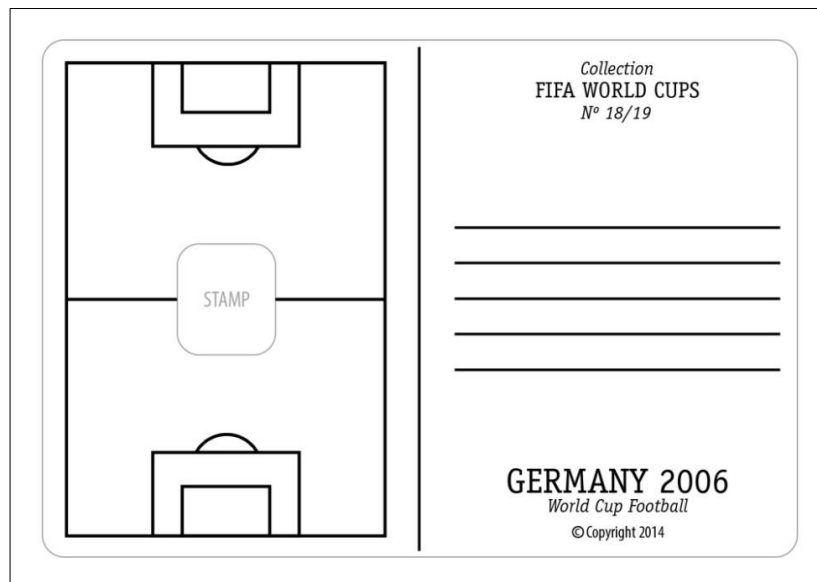


Figura 45 – Verso do Cartão Postal.
Fonte: Os Autores

10.1.2 Alemanha 2006

À partir do modelo pré-existente em formato de Cartaz, foi realizado um esboço da estrutura morfológica, a fim de permitir, através dessa decupagem, uma relação com a forma (Figura 46).

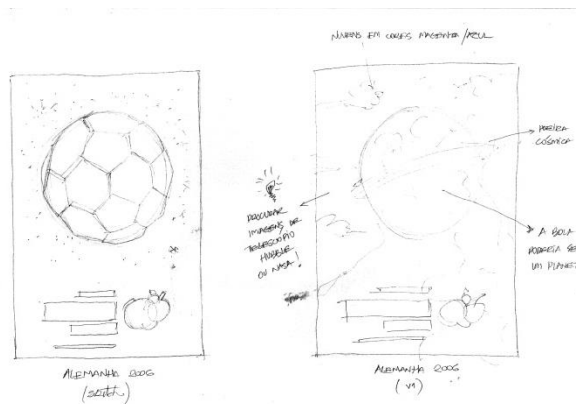


Figura 46 – Rifes de estudo do Cartaz da Alemanha 2006
Fonte: Os Autores.

Após realizado os primeiros esboços (e a quantidade depende do interpretante, ou seja, depende do indivíduo que realizou e interpretou as análises e que posteriormente deu início à confecção), foi necessária efetuar uma busca de imagens que conseguissem sanar as ideias presentes nos esboços.

Essa busca de imagens deu-se através de ferramentas *online* de pesquisa. Apesar de se tratar de um projeto acadêmico, sem a intenção de fins lucrativos por meio deste, somado ainda ao fato de que todas as imagens seriam editadas/alteradas, levou-se em consideração a utilização de imagens que não ferissem direitos autorais.

Sendo assim, a principal página de pesquisas de imagens utilizada foi a *Creative Commons* (www.creativecommons.org), a qual realiza busca de imagens que são de utilização livre. Outros meios de pesquisa foram banco de imagens da internet que ofertam algumas imagens de graça e outras pagas, dentre eles pode-se destacar o *Shutterstock* (www.shutterstock.com) e o *Stock Foto* (www.freeimages.com).

Para as buscas das imagens, muitas vezes necessitou-se empregar alguns termos em línguas estrangeiras como palavras-chave, dentre as quais a principal o inglês, além da utilização do alemão, italiano e francês. Por se tratar de um evento de caráter internacional, em diversos momentos apenas o português não comportava as imagens necessárias para a efetivação do projeto. Viu-se que, quanto mais buscavam-se imagens empregando-se termos estrangeiros, mais cresciam em quantidade e qualidade os resultados obtidos. Esse maior retorno facilitou na empregabilidade de imagens, acarretando assim em dar um melhor efeito visual direto, sem necessitar inserir muitos recursos digitais para a montagem de imagens, o que por sua vez, acarretou numa redução significativa de tempo empregada na confecção dos postais.

Foram diversas as palavras-chave estabelecidas na busca, sendo algumas até mesmo infrutíferas. Dessa forma, não viu-se necessidade de destacar uma lista com os termos utilizados. Porém, em cada postal que será apresentado adiante, decidiu-se atribuir de certa forma a metodologia empregada pelo artista sueco Erik Johansson em seu processo de criação.

Mostrar-se-ão as imagens num primeiro momento em sua forma original, como foi encontrada e, logo em seguida, os postais, com as imagens já submetidas ao processo de criação. Sendo que, em alguns casos as imagens originais serão facilmente identificadas dentro do postal pronto, já nem tanto em outros casos, onde estas sofreram um maior trabalho de edição, ou ainda sendo utilizado apenas fragmentos destas.

No caso mais específico do postal da Alemanha de 2006, o rafe realizado manualmente tencionava em transmitir a bola como um planeta isolado no espaço sideral, em outras palavras, a ideia de ressaltar uma imagem astronômica. Pra tal, uma palavra-chave utilizada na pesquisa foi o nome do telescópio estadunidense que têm um dos maiores acervos de imagens do espaço, o *Hubble*. Algumas imagens dessa pesquisa, que posteriormente serviram para a confecção do postal são mostradas a seguir:

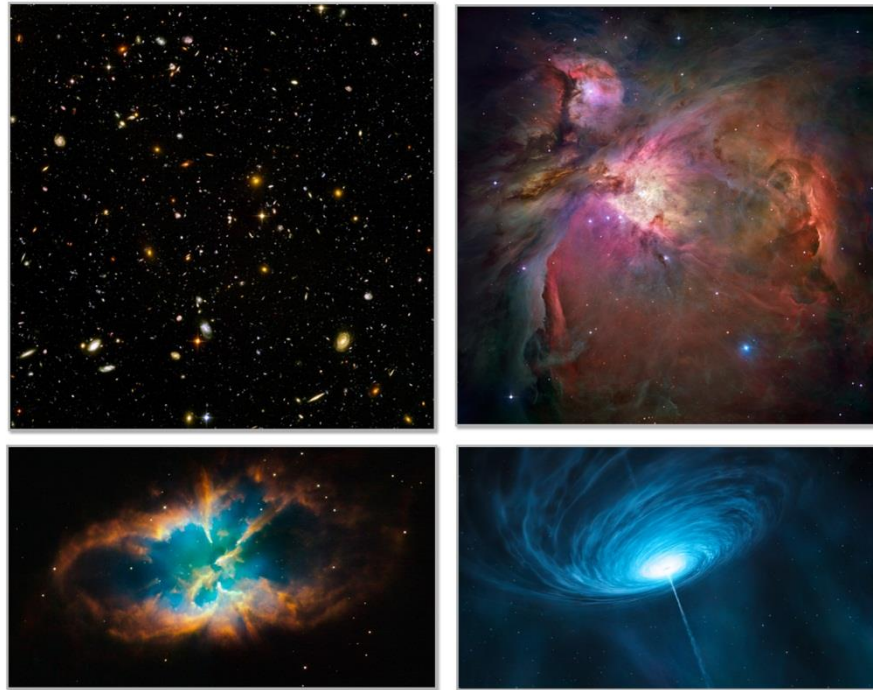


Figura 47– Imagens do satélite e telescópio *hubble*.
Fonte: Site Wikipédia³⁵

Depois de efetuada a busca e escolhidas as imagens pertinentes, partiu-se para a etapa de raves digitais. Pra tal, foi realizada a passagem dos esboços para o meio digital, seja através de escaneamento ou mesmo da utilização da fotografia.

Dentre os modelos de formatos de postal, o escolhido para a utilização foi o moderno ou italiano, com suas dimensões finais estabelecidas em 10,5x15cm. Sendo a utilização da sangra necessária e estipulada em 2,5mm para cada lado, tanto na horizontal quanto na vertical. Esse formato extra foi estabelecido levando-se em consideração a experiência.

Com os esboços digitalizados, criou-se um formato de arquivo do *software* Adobe Photoshop, o qual foi a ferramenta utilizada na confecção de todos os postais. Esta escolha deu-se de comum acordo entre os autores, levando-se em consideração a experiência de ambos no mercado de trabalho, bem como sua proficiência em relação ao programa.

³⁵ Disponível em <commons.wikimedia.org/> Acesso em Ago. 2014.

Apesar da metodologia automatista empregada pelos surrealistas no seu processo de confecção, sendo o neossurrealismo uma doutrina oriunda desse segmento artístico, não houve em nenhum momento uma forma aleatória de produção dos postais. Todos eles foram produzidos de maneira a empregar as análises realizadas previamente. Como ressalta Dondis “a interação entre propósito e composição, e entre estrutura sintática e substância visual, deve ser mutuamente reforçada para que se atinja uma maior eficácia em termos visuais.” (DONDIS, 1999, p105)

Com o modelo digitalizado e com as imagens escolhidas deu-se início o processo de criação. Cada postal sofreu as intervenções e interferências de acordo com a análise realizada, bem como com o indivíduo que o estava realizando. Os postais foram divididos entre os autores. Ou seja, cada um ficou responsável pela confecção de um determinado número de postais, sendo que não havia interferência por parte do outro, exceto em momentos de suporte de idéias.

Dessa forma, cada modelo teve suas características únicas no processo de confecção, alguns levando mais tempo, outros menos. Alguns tiveram seu resultado final visivelmente retirados do esboço manual. Já outros, acabaram sofrendo adequações no processo de confecção digital. Essas adequações por diversas vezes ocasionadas pela falta de imagens relacionadas à idéia principal, ou ainda, pelo fato de que o caminho que estava a ser trilhado não era talvez a melhor resolução para o problema. Fase comumente conhecida como geração de alternativas.

No caso específico do modelo alemão de 2006, o rafe manual predizia como seria trabalhado o produto final. Através da coleta das imagens mostradas anteriormente, foi realizado o processo de criação, que pode ser visto de forma visual e sequencial a seguir:

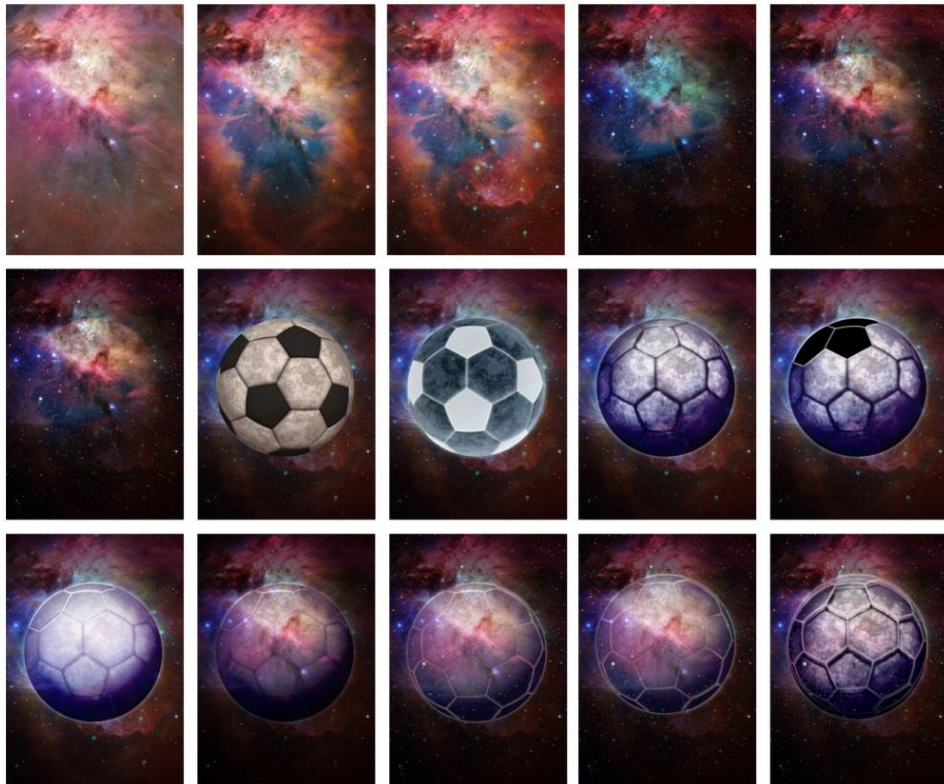


Figura 48 – Sequencia do desenvolvimento Cartaz da Alemanha 2006
Fonte: Os Autores

A idéia principal desta edição foi estabelecida à partir da análise morfológica principalmente. O conceito de se utilizar da união das estrelas com o intuito de formar uma bola foi a principal motivação para a releitura.

10.1.3 Uruguai 1930

Nos primeiros estudos das características visuais daquele país e a relação com o contexto histórico faz perceber que não há necessidade de mudança na estrutura do Cartaz. O que acarretou uma interpretação do mesmo sob a ótica neossurrealista, ou seja, trazer ela para utilização da manipulação digital das imagens.

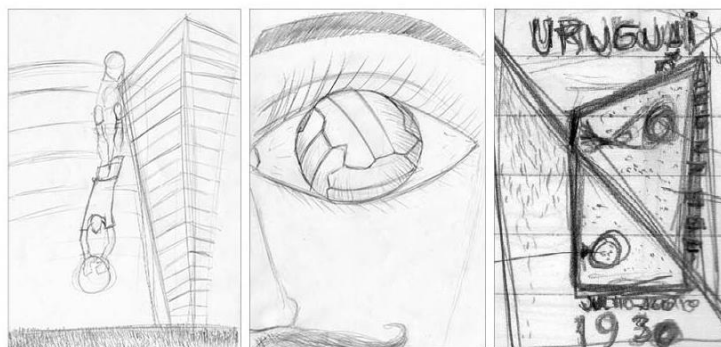


Figura 49 – Rafes de estudo do Cartaz do Uruguai 1930
Fonte: Os Autores

Um fator importante durante a execução dos raves era a pesquisa de imagem, que seria utilizada, como não foi produzida nenhuma fotografia por conta dos autores, era de extrema importância encontrar elementos que poderiam ser aplicados na versão final do Cartaz, além de servir de guia visual da parte criativa do Cartaz.



Figura 50 – Imagens selecionadas para o Cartaz do Uruguai 1930
Fonte: Os Autores

A estrutura deste Cartaz tentou preservar os elementos gráficos encontrados no modelo original, a mudança do ângulo cria uma experiência do fisicamente impossível pra o goleiro, onde o chão está acima dele que salta para executar a defesa, o mesmo

não possui face seu rosto constituído pela bola o que evidencia a vontade de encontrar a bola a qualquer custo. A perspectiva da trave junto com o céu estrelado cria um ambiente de fantasia que não encontramos no mundo real.



Figura 51 – Composição Final para Cartaz do Uruguai 1930
Fonte: Os Autores

10.1.4 Itália 1934

Para o Cartaz da Itália de 1934 o destaque se dá pela análise morfológica, estabelecida dentro do grupo do jogador.

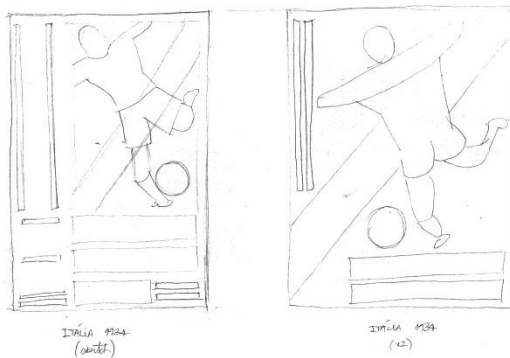


Figura 52– Rifes de estudo do Cartaz daltália 1934
Fonte: Os Autores

A temática ressaltada na proposta fez com que a busca de imagens fosse tranquila, haja visto que havia apenas a necessidade de encontrar um jogador com a pose semelhante aos esboços.

À partir da coleta de imagens, foi realizado a montagem de alguns esboços digitais, com o intuito de gerar alternativas que demonstrassem maior destaque e dessem margem ao que se buscava.

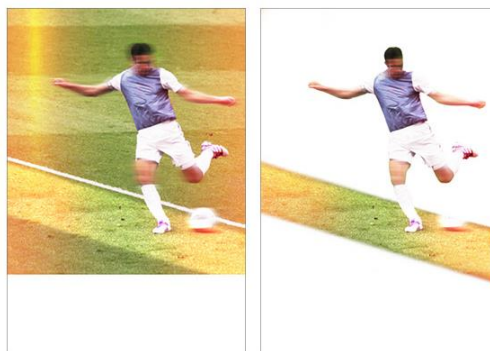


Figura 53 – Rifes digitais de estudo para oCartaz daltália 1934
Fonte: Os Autores

Os esboços digitais possibilitaram a criação da peça final. O questionamento que se faz com o postal é o de elevar o futebol, que naquele momento, ainda era algo recente,

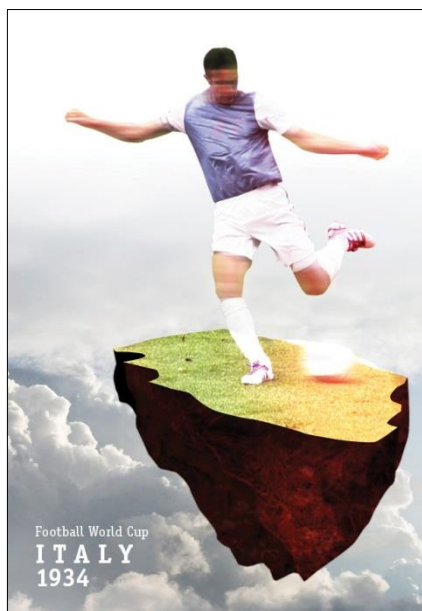


Figura 54 – Composição Final para Cartaz da Itália 1934
Fonte: Os Autores

10.1.5 França 1938

Utilizando os dados de análise semântica do Cartaz mais o contexto histórico da época, o mundo principalmente os europeus estavam assombrados com a possibilidade de uma nova guerra, onde o futebol aparece como grande conquistador do mundo.

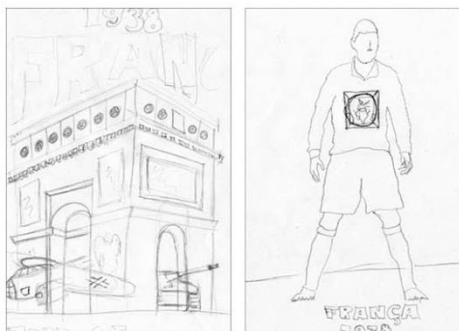


Figura 55 – Rifes de estudo do Cartaz da França 1938
Fonte: Os Autores

Nessa pesquisa o alinhamento em conjunto rafes entende-se que devia encontrar o equilíbrio da comunicação, usando e reforçando o conceito de medo guerra e do jogador com eixo da paz.

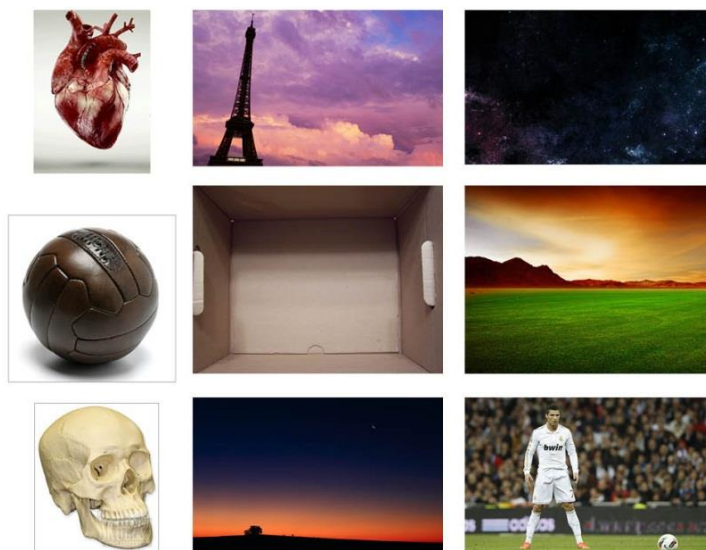


Figura 55 – Imagens selecionadas para o Cartaz da França 1938
Fonte: Os Autores

O resultado apresentado na composição conseguiu manter os poucos elementos que existente no Cartaz original, no primeiro estudo a utilização das maquinas de guerra como o avião e o tanque blindado acabariam criando mais ruídos visuais que não seriam interessantes na comunicação. O entardecer representa justamente o tempos de guerra que estava por vir um ano depois do evento ter acontecido.

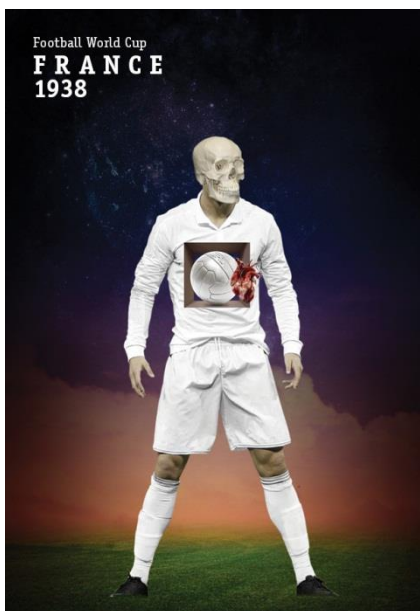


Figura 56 – Composição Final para Cartaz da França 1938
Fonte: Os Autores

10.1.6 Brasil 1950

Para o postal da edição brasileira de 1950, foi criado o esboço tomando como pressuposto o ideal de transmitir através do Cartaz o cenário da orla da cidade do Rio de Janeiro. Como frisado anteriormente na análise morfológica, o Cartaz de 1950 se utiliza de uma ferramenta geográfica com o intuito de promover o Evento.

Partindo então desse pressuposto, associado a uma das referências utilizadas para a confecção do Cartaz, que se deu através da propaganda do uísque da marca Jhonnie Walker “O gigante acordou”³⁶, veiculada na televisão brasileira no período do segundo semestre do ano de 2013, iniciou-se o procedimento de esboços manuais.

³⁶Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Ja2CP0W3E6c>> Acesso em jul 2014.

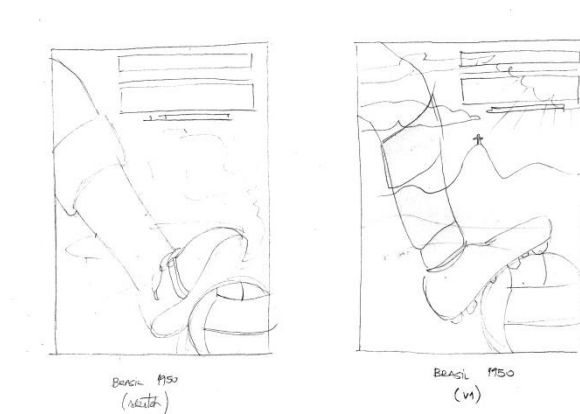


Figura 57 – Rifes de estudo para o Cartaz do Brasil 1950
Fonte: Os Autores

Após essa fase de esboços foi necessária a busca das imagens pertinentes que serviriam de utensílios pra confecção dos postais. À partir dessas foi realizada a geração de alternativas, que nesse caso especificamente, deu-se de acordo com o rafe realizado manualmente.

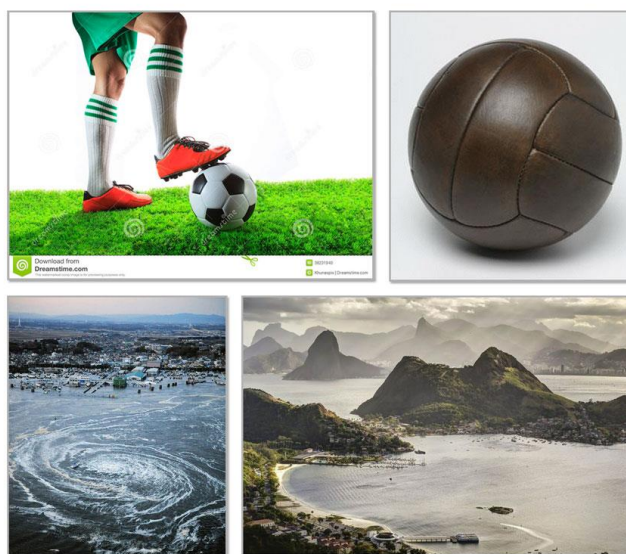


Figura 58 – Imagens seleccionadas para o Cartaz do Brasil 1950
Fonte: Os Autores



Figura 59 – Composição Final para Cartaz do Brasil 1950
Fonte: Os Autores

O intuito do postal foi transmitir a idéia de que um jogador de futebol estaria enfim chegando as terras brasileiras, o mais próximo até então havia sido há 20 anos atrás, na primeira edição do Evento, sediado no país vizinho, o Uruguai. Pra tal, inseriu-se a perna com a bola, como se estas pertencessem a um jogador gigante. Em detrimento das bandeiras utilizadas na meia do Cartaz oficial, utilizou-se a meia branca com pequenos detalhes ressaltando as cores do país sede.

10.1.7 Suíça 1954

A volta da copa depois da segunda guerra mundial para Europa não poderia ter sido em outro país se não a Suíça, país neutro nas duas grandes guerras mundiais possuía uma economia forte e infra-estrutura para sediar o evento. O Cartaz original traz o retrato do momento do gol onde o goleiro assiste atônito a bola entrar e bater na rede, as cores empregadas são complementares, usando muito o azul e o alaranjado. O primeiro rafe foi uma tentativa mais solta, conceitual e minimalista, abandonando a questão do gol representado no Cartaz original, mas a modificação quando colocada ao

lado dos demais postais acabou ficando com uma comunicação errada, na sua maioria os Cartazes respeitaram muito a estrutura original.

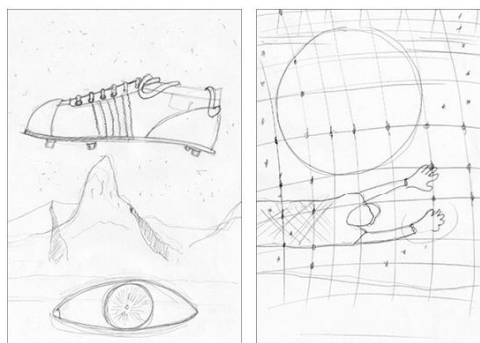


Figura 60 – Rafes de estudo do Cartaz da Suíça 1954
Fonte: Os Autores

Depois desta primeira tentativa, procurou-se equilibrar a composição respeitando a constituição formal original, buscando-se assim uma perspectiva que funcionasse igual a ilustração do Cartaz suíço de 1954. Desta maneira alcançou-se o equilíbrio desejado entre realidade e a fantasia.



Figura 61 – Imagens seleccionadas para o Cartaz da Suíça 1954
Fonte: Os Autores



Figura 62 – Composição Final para Cartaz da Suíça 1954
Fonte: Os Autores

10.1.8 Suécia 1958

Para o postal da Suécia a idéia foi estabelecer um elo com a análise morfológica.

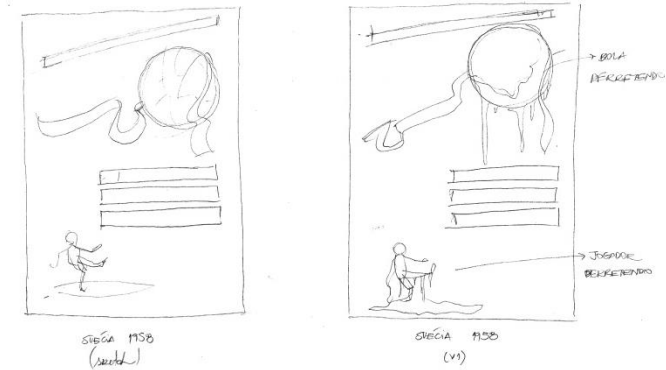


Figura 63 – Rafes de estudo do Cartaz da Suécia 1958
Fonte: Os Autores

A Suécia, assim como os países sede antecessores, não haviam entrado em conflito durante a Guerra Mundial. Assim sendo, estava apta a sediar o Evento sem maiores percalços.

A idéia principal do postal era inserir uma nova forma de análise morfológica à partir do Cartaz original. O esporte praticado na época estava se adequando, ganhando novos horizontes e perspectivas. O que era feio de ser assistido anteriormente, nessa época já começava a ser mais valorizado. A figura de Pelé, considerado por muitos, sobretudo brasileiros, o melhor jogador de todos os tempos, encantava com seus dribles e passes dentro de campo.



Figura 64 – Imagens seleccionadas para o Cartaz da Suécia1958
Fonte: Os Autores

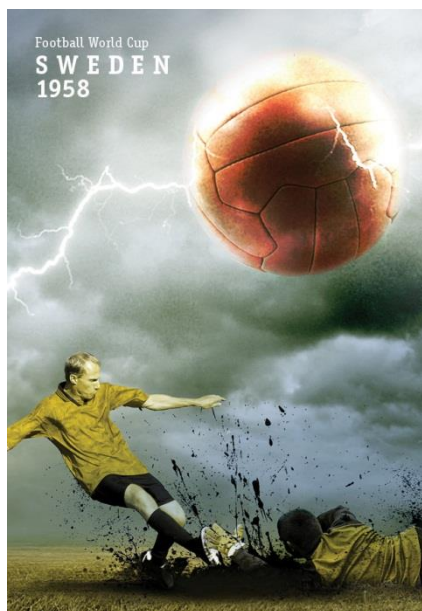


Figura 65 – Composição Final para o Cartaz da Suécia 1958
Fonte: Os Autores

10.1.9 Chile 1962

Neste postal é interessante perceber a influência do aspecto histórico, no Cartaz original onde a sua comunicação evidencia a corrida espacial. Outro fator importante que aconteceu na época foi o terremoto que arrasou o Chile em 1960, sendo considerado o maior já registrado na história, o que tornou a organização do evento um desafio que merecia ser exaltado, sendo assim as duas opções criativas fazem uma relação do aspecto cultural mundial, mas na ao invés de colocar o fator espaço como mais importante, optou-se uma visão oposta a do Cartaz original com um plano onde a Lua “Bola” é vista do território Chileno em uma delas.

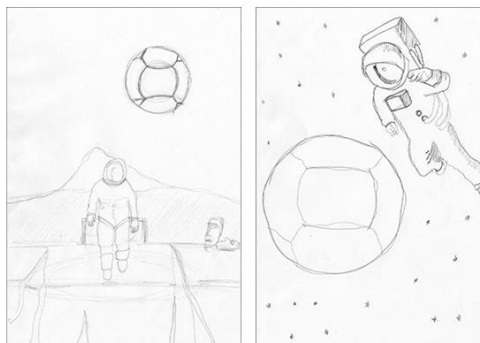


Figura 66 – Rafes de estudo do Cartaz do Chile 1962
Fonte: Os Autores

A Mensagem visual da bola como sendo o satélite natural da terra, acaba fugindo do aspecto geográfico junto do evento, ele acaba não dando valor para o esforço realizado para execução do evento. Sendo assim a versão da esquerda na FIGURA 64 que demonstra o campo rachado pelo terremoto e um astronauta chegando, esse conjunto consegue manter as características do Cartaz original.



Figura 67 – Imagens seleccionadas para o Cartaz do Chile 1962
Fonte: Os Autores

A intenção de colocar o astronauta registra também a conquista do homem no espaço com Yuri Gagarin em 1961. A bola Crack foi à bola oficial do evento devido ao fato não foi retirado o nome dela na imagem. Uma das características geográficas do Chile

são suas montanhas e os vulcões, este que foi empregado na composição se chama Osorno e que fica situado no sul do país. Para reforçar o aspecto geográfico de maneira lúdica utilizamos as cabeças Rapa Nui presentes na ilha de Pascoa território mais afastado, mas faz parte do Chile.



Figura 68 – Composição Final para Cartaz do Chile 1962
Fonte: Os Autores

10.1.10 Inglaterra 1966

O Cartaz inglês de 1966 destaca-se por um fator histórico: a utilização da mascote pela primeira vez no Mundial. Os primeiros esboços à mão foram confeccionados de forma a estabelecer essa informação como algo relevante. O Cartaz trazia a mascote como parte integrante do leiaute. O postal deveria trazer isso quando pronto.

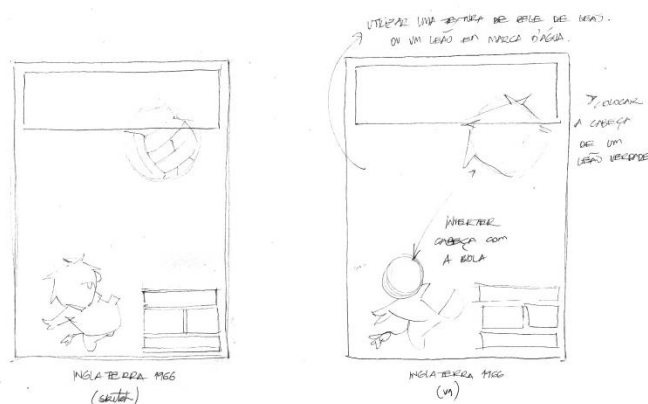


Figura 69 – Rifes de estudo do Cartaz da Inglaterra 1966
Fonte: Os Autores

A figura leonina faz parte da realeza do Reino Unido, presente no brasão da família real. Porém, diferentemente do animal, considerado o rei da floresta, a forma como foi utilizada no Cartaz original transmite amabilidade e simpatia, princípios que indivíduos buscam quando vão se hospedar ou mesmo visitar determinado local.

O intuito do postal era trazer a figura do leão como encontrado na natureza, visando assim sua utilização com uma aparência mais concernente à ele. Essa intenção se deve no fato do esporte em si. Apesar da freqüente motivação do *fair play*, sobretudo atualmente, o futebol ainda é um esporte de muito contato. Além disso, tratava-se do Mundial. O grande vitorioso, o melhor time do mundo. Assim sendo, a disputa seria acirrada. O intuito era trazer isso para o Cartaz.

À partir desse conceito estabelecido foi realizada a busca de imagens (Figura 71), bem como posteriores esboços digitais (Figura 70).



Figura 70 – Rafes digitais de estudo para o Cartaz da Inglaterra 1966
Fonte: Os Autores

Para o resultado final (Figura 72), buscou-se enfatizar o objeto bola em conjunto com a figura leonina. A idéia primordial era transmitir o pensamento de que apenas os mais fortes venceriam, apenas aqueles que conseguissem enfrentar seus medos teriam a coragem de chutar uma bola com um leão.

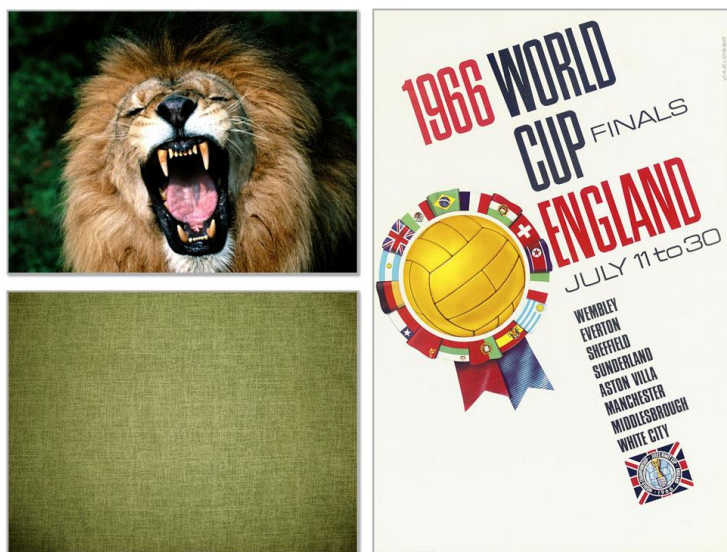


Figura 71 – Imagens seleccionadas para o Cartaz da Inglaterra 1966
Fonte: Os Autores

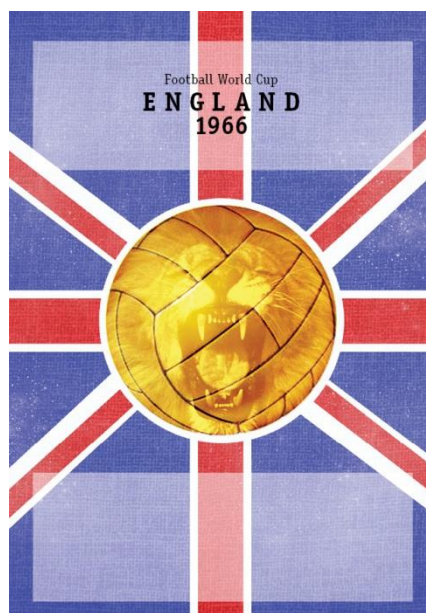


Figura 72 – Composição Final para Cartaz da Inglaterra 1966
Fonte: Os Autores

10.1.11 México 1970

De modo geral o Cartaz da copa de 1970 é um dos mais representativos e icônicos dos Cartazes da copa devido a sua simplicidade e pregnância. No campo histórico têm-se dois fatores importantes ocorridos, um deles foi a evolução da bola que passou a ser predominante branca, o seu desenho e nome foi inspirado no primeiro satélite de telecomunicação civil, o Telstar. O segundo fator foi a transmissão ao vivo colorida pela televisão.



Figura 73 – Rafes de estudo do Cartaz do México 1970
Fonte: Os Autores

O caminho encontrado para solucionar a releitura foi manter a estrutura formal. O fator televisivo tem importância histórica, mas não contribui para agregar valor na comunicação de evento esportivo. Nos Cartazes da copa num plano geral, os conceitos simbólicos empregados temos a bola, o campo, o jogador e um elemento geográfico, por isso para efeito de surpresa do espectador foi imaginado um campo dentro da bola, a junção destes dois elementos cria essa uma nova forma na mensagem sem mexer na estrutura do Cartaz.



Figura 74 – Imagens seleccionadas para o Cartaz do México 1970
Fonte: Os Autores

O trabalho de manipulação digital eliminou os ruídos visuais da bola, isolando o que realmente interessava na imagem. O resultado dessa fusão conseguiu trazer para o mundo real o Cartaz criado na década de 1970, conseguindo preservar o a essência e simplicidade do Cartaz original. Essa distorção da realidade cria uma nova sensação visual sobre o interpretante do Cartaz, ao visualizar o mesmo Cartaz no plano tridimensional rico em detalhes visuais sem exageros.

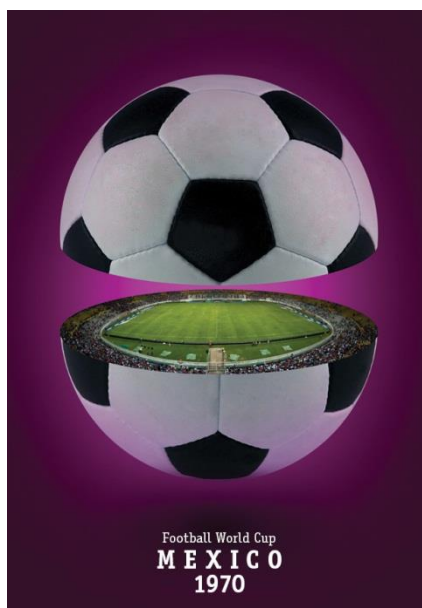


Figura 75 – Composição Final para o Cartaz do México 1970
Fonte: Os Autores

10.1.12 Alemanha 1974

Com o pós-guerra, a Alemanha, inimiga dos países vencedores, sofreu com seus espólios. Em consequência teve seu território dividido praticamente pela metade. Na capital Berlim, como sinônimo dessa divisão, deu-se a construção do que ficou conhecido popularmente como “muro da vergonha”. Uma faixa de tijolos e cimento que impedia a livre circulação por parte da população. Ao lado oriental estabeleceu-se a zona de ocupação soviética, sendo introduzida a doutrina socialista, enquanto que ao lado ocidental, estabelecia-se o capitalismo.

Como conseqüência desse fato, a Copa do Mundo teve, por assim dizer, sede em praticamente dois países distintos. Berlim, como uma das cidades sede, estabelecia-se na região da Alemanha Oriental, apesar do esforço da parte Ocidental em manter bases sólidas na cidade.

A idéia do postal era retratar essa diferença entre as Alemanhas. Buscar uma forma de estabelecer uma imagem que unisse os dois povos, que no fundo, eram um só.

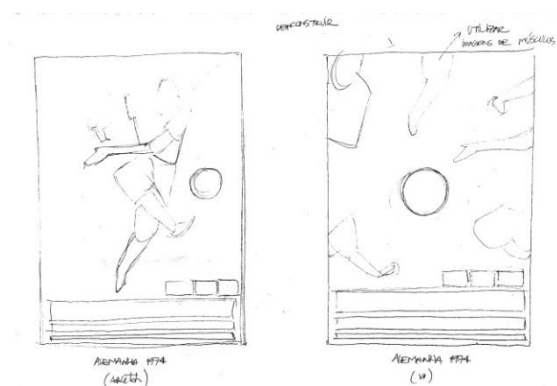


Figura 76 – Razes de estudo do Cartaz da Alemanha 1974
Fonte: Os Autores

A busca de imagens (Figura 78) deu-se sobretudo à partir da análise semântica, porém, considerando-se o fator jogador estabelecido na análise morfológica. O jogador como base para o leiaute deu-se no personagem de Franz Beckenbauer, importante jogador alemão.

O intuito primordial era mostrar o esporte rompendo barreiras, como tantas vezes já havia acontecido na história, dentre elas pode-se citar a vitória do norte-americano Jesse Owens contra o racismo pregado pela mesma Alemanha anos antes.



Figura 77 – Rafes digitais de estudo para o Cartaz da Alemanha 1974
Fonte: Os Autores

A idéia do postal (Figura 79) foi justamente ressaltar essa vitória do esporte contra a política. Apesar da Alemanha estar dividida num dos piores momentos de sua história, conseguiu colocar esses influenciadores de lado quando sediaram pela primeira vez a Copa do Mundo.

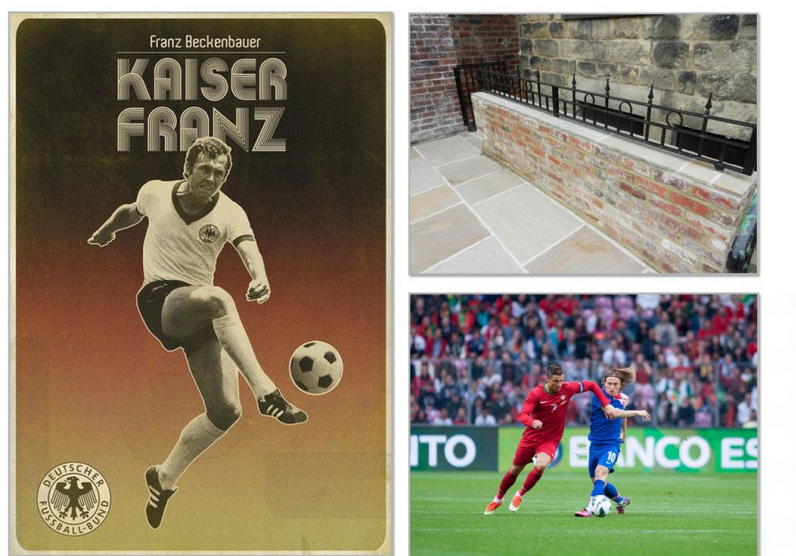


Figura 78 – Imagens selecionadas para o Cartaz da Alemanha 1974
Fonte: Os Autores



Figura 79 – Composição Final para o Cartaz da Alemanha 1974
Fonte: Os Autores

10.1.13 Argentina 1978

O fim de uma espera de 48 anos, podemos definir assim a copa da Argentina de 1978. O país era candidato a sediar o evento desde a primeira edição, e lutou Copa a Copa por tal direito. Infelizmente essa conquista não veio na melhor época, o regime político do período naquele país era a ditadura militar, reconhecida por ser uma das mais ferrenhas na luta para oprimir a sua oposição. Muitas pessoas fugiam para o exterior por medo, principalmente professores e estudantes universitário. Esse medo não era por acaso, pois, o número de pessoas mortas e desaparecidas não foi baixo e foi nesse ambiente que a Copa de 1978 aconteceu.

O Cartaz oficial do evento traz dois jogadores comemorando, desenhados com retículas comuns no estilo da Pop Art, é possível identificar o uniforme de listras azuis que remontam ao nacionalismo praticado pelo regime político argentino do período. A contradição dessa alegria encontrada no Cartaz oficial e o contexto histórico social naquele país, serviu de inspiração criativa dessa releitura. No primeiro momento a idéia era apenas a simulação do jogador “invisível”, ele simbolizaria as pessoas que sumiram

ou foram mortas, de qualquer maneira ainda era uma forma sutil de explorar o tema (Figura 80).

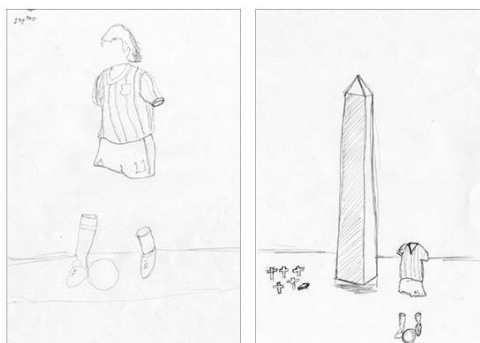


Figura 80 – Razes de estudo para o Cartaz da Argentina 1978
Fonte: Os Autores

O segundo rafe utiliza o Obelisco de Buenos Aires para criar o que seria o elemento simbólico do opressor, próximo dele o jogador “invisível” e no fundo as cruzes para aqueles que foram mortos pelo regime militar da época.



Figura 81 – Imagens selecionadas para o Cartaz da Argentina 1978
Fonte: Os Autores

O resultado final apresentado transformou o Obelisco em campo e cemitério, foi mantida a verticalidade encontrada na análise morfológica do Cartaz original, assim como

as nuances de cores aplicadas sobre o fundo branco. O jogador isolado que representa o povo, não tem muito espaço para jogar e nem para quem para passar a bola, mesmo assim ele joga com a vontade de mudar sua realidade.

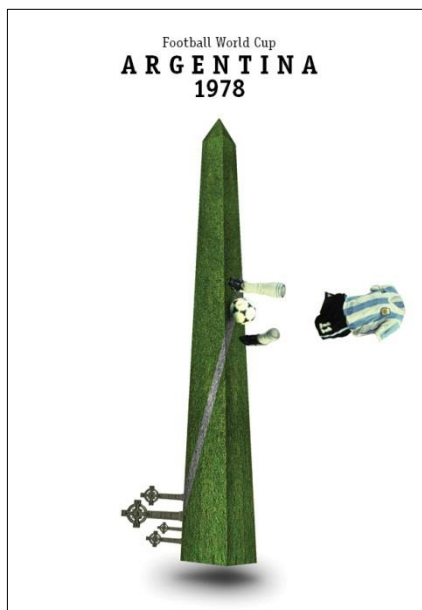


Figura 82 – Composição Final para o Cartaz da Argentina 1978
Fonte: Os Autores

10.1.14 Espanha 1982

A Espanha havia passado por um período de ditadura militar. O Rei Ruan Carlos I, após suceder o general Franco, promoveu um referendo sobre a reforma política do país. A maioria gritante da população estabeleceu o fim da ditadura em detrimento da instituição da democracia parlamentar. A população se via mais uma vez livre para levantar questionamentos que lhe conviessem. A idéia principal do postal era resgatar esse sentimento de liberdade da população.

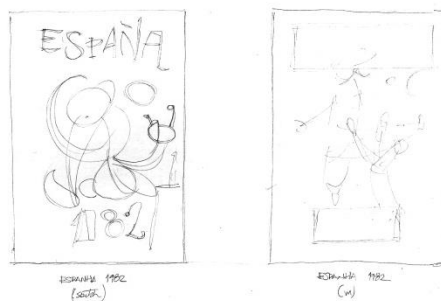


Figura 83 – Rifes de estudo para oCartaz da Espanha 1982
Fonte: Os Autores

Após os rifes manuais (Figura 83), deu-se início a busca de imagens. Ao estabelecer a democracia, a bandeira do país sofreu determinados ajustes, assim, o Evento traria um momento significativo para mostrar isso ao resto do mundo. Dessa forma seu uso era algo que deveria ser levado em consideração, ainda que apresentasse apenas as cores.

Além disso, outro levantamento importante seria o da saída da Espanha da ditadura militar, estando agora apta a conceder alianças, além é claro, de se tornar disposta a receber visitas e turistas. Em síntese, e de forma coloquial, era hora de sair das sombras em que se encontrava. E foi esse o propósito que visou-se ressaltar através do postal (Figura 85).

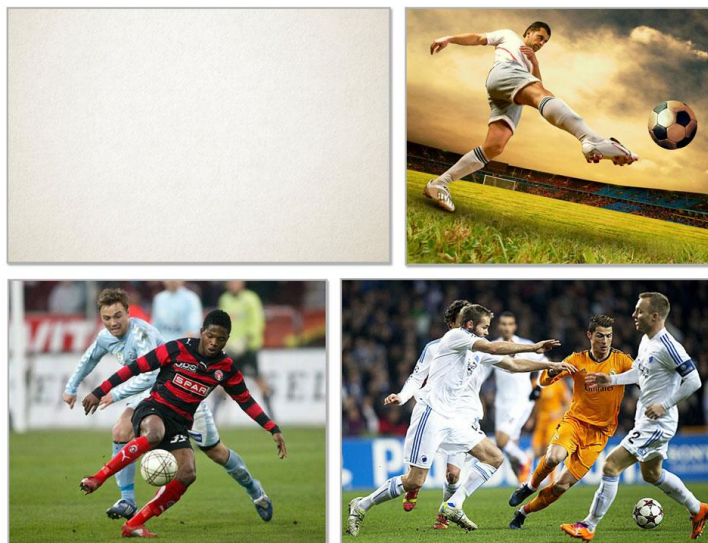


Figura 84 – Imagens selecionadas para o Cartaz da Espanha 1982
Fonte: Os Autores



Figura 85 – Composição Final para o Cartaz da Espanha 1982
Fonte: Os Autores

10.1.15 México 1986

Pela primeira vez na história da Copa um país sediava novamente o evento, a motivação desse acontecimento se deve a desistência da Colômbia, que por motivos financeiros teve que abdicar de sediar o evento, por sua vez o México já possuía uma infraestrutura pronta para receber a copa. Assim como a copa do Chile 1962, o México sofreu um violento terremoto que matou milhares de pessoas, os estádios de futebol, no entanto escaparam ilesos desse desastre.

No Cartaz oficial tem-se o uso da fotografia registrando as estátuas de Guerreiros Toltec (cultura pré-colombiana que habitava o território mexicano), a silhueta de um jogador de futebol é projetada numa dessas estátuas, ela está prestes a chutar uma bola real. Podemos interpretar que o México será palco para os guerreiros do futebol pela conquista do mundial.



Figura 86 – Rafeis de estudo para o Cartaz do México 1986
Fonte: Os Autores

Nesta fase do projeto percebe-se que já existe certa tendência a manter características formais importantes dos Cartazes originais, por isso alterar elementos como as estatuas pode acarretar numa mensagem errônea. Levando em consideração esse aspecto, o trabalho executado foi procurar e criar um elemento que integrasse melhor a questão do futebol a esses elementos.

A idéia inicial foi levar essas estátuas para dentro do estádio, o que aparentemente seria simples, mas o resultado (Figura 84) ainda não era o imaginado, deixando uma sensação desconexa e sem sentido na comunicação.

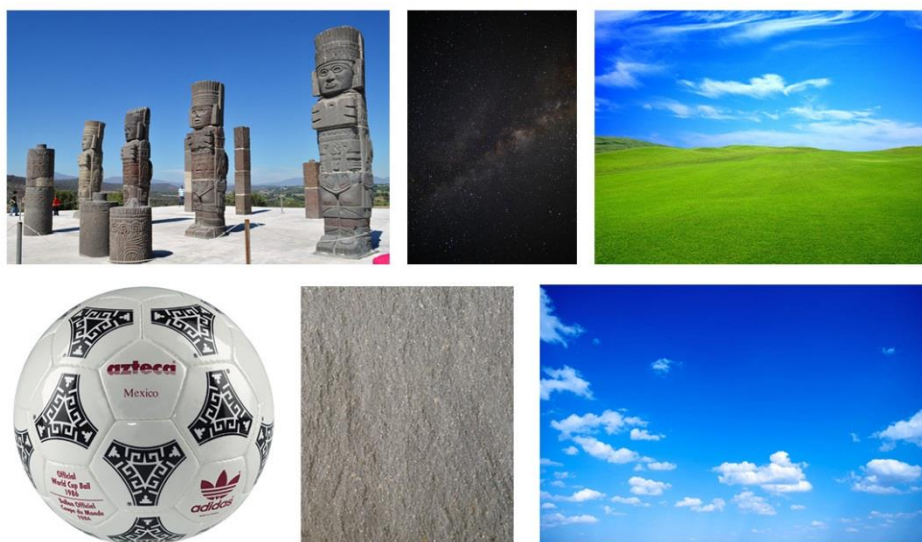


Figura 87 – Imagens selecionadas para o Cartaz do México 1986
Fonte: Os Autores

A solução para esse impasse foi então retroceder ao cartaz original e trabalhar os elementos que o compunham de uma maneira diferente. Para tal, foi inserida uma bola moderna esculpida em pedra, a qual é o eixo central do novo postal (Figura 88). Diferente da realidade as duas estátuas parecem querer disputar a bola parada, eliminando assim a necessidade da sombra que aparece no Cartaz original.

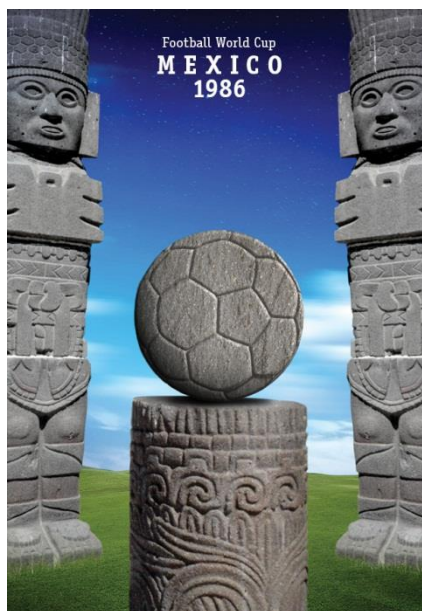


Figura 88 – Composição Final para Cartaz do México 1986
Fonte: Os Autores

10.1.16 Itália 1990

O Cartaz italiano de 1990 apresenta talvez uma das características mais próximas do intuito deste projeto. Ainda que de forma tênue, visou-se na confecção deste Cartaz, mesclar uma fotografia com elementos gráficos que simulavam algo que era praticamente impossível de acontecer, exceto em sonhos. O Coliseu como campo de futebol foi o ponto de partida para a confecção dos primeiros esboços à mão (Figura 89).

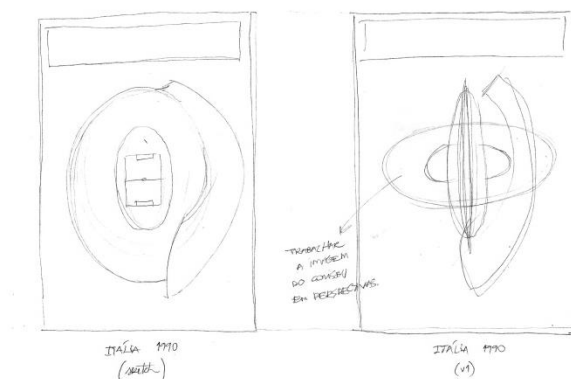


Figura 89 – Rifes de estudo do Cartaz da Itália 1990
Fonte: Os Autores

Após realizados os esboços preliminares, deu-se início a busca de imagens que possibilitassem a confecção do postal. A ideia principal ainda permanecia, a utilização do Coliseu como um dos estádios sede do Mundial. Porém, a falta de imagens, em diversos sistemas de busca, tornou a confecção do postal de certa maneira infrutífera. Não haviam imagens disponíveis a fim de possibilitar a criação do postal da forma como proposto. Assim sendo, algumas gerações de alternativas foram elaboradas com as imagens disponíveis (Figura 90).

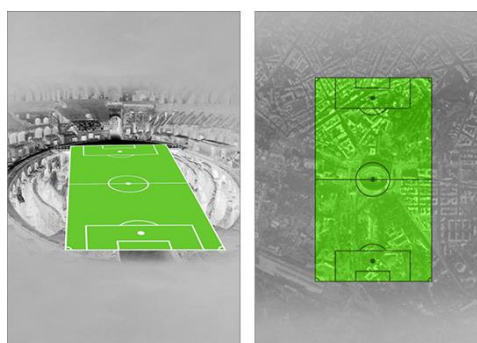


Figura 90 – Rifes digitais de estudo para oCartaz da Itália 1990
Fonte: Os Autores

Indo em contrapartida ao que anteriormente se pretendia realizar: uma imagem de dentro do Coliseu, sendo este cheio de torcedores, realizando uma partida imaginária

de futebol. Foi utilizado o próprio Cartaz da Copa como material de base. Não apenas no sentido de referência, mas sim utilizando-o como imagem original, haja visto que esta era uma das únicas imagens encontradas na busca que mostravam o local com uma perspectiva de visão aérea.

Assim, através do Cartaz original, deu-se início o processo de confecção do postal que se tornaria o modelo final (Figura 92). Como mencionado, o parâmetro estabelecido para a confecção deste postal foi o de utilizar o Coliseu como um dos estádios sede do Evento. Através da utilização de fogos de artifício e refletores, bem como algumas projeções de luz isso se tornou possível.



Figura 91– Imagens selecionadas para o Cartaz do Itália 1990
Fonte: Os Autores



Figura 92 – Composição Final para o Cartaz da Itália 1990
Fonte: Os Autores

10.1.17 Estados Unidos 1994

Diferente das expectativas pessimistas sobre a Copa nos Estados Unidos foi um sucesso, apesar do *Soccer* (como o futebol é conhecido por lá) não ser o esporte mais popular daquela nação foi o evento que quebrou os recordes de público. Politicamente o país usufruía de certa tranquilidade, eles assistiram alguns anos antes a sua maior rival, a União Soviética, quebrar e se desmembrar em estados independentes. O Cartaz oficial do evento exalta o espírito patriota dos americanos, onde as cores da bandeira são predominantes.

Novamente a visão do espaço aparece, desta vez o que acontece é que os Estados Unidos visto desta perspectiva possui um brilho especial ainda mais quando anoitece, na primeira tentativa de desenhar alguma coisa houve um certo equívoco com relação a tentativa de girar a imagem do mapa para manter a forma sem cortes, mas a ideia de transformar as cidades sedes em bolas de futebol feitas de luz deu margem para segunda tentativa onde, na verdade surge uma bola de futebol grande que marca o centro do país demonstrando que ali ocorrera a copa.

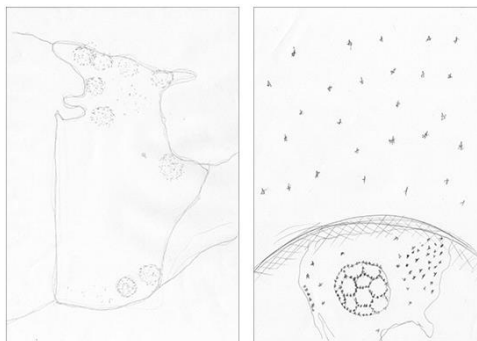


Figura 93 – Rafes de estudo para o Cartazdo Estados Unidos 1994
Fonte: Os Autores

Neste caso as imagens encontradas na pesquisa (Figura 94) possibilitaram a construção formal bem próxima do Cartaz original, apesar da proposta de 1994 ser uma representação bem fictícia e ilustrativa, a releitura cumpriu com a proposta de mostrar os Estados Unidos como sede da copa.



Figura 94 – Imagens selecionadas para o Cartaz dos Estados Unidos 1994
Fonte: Os Autores

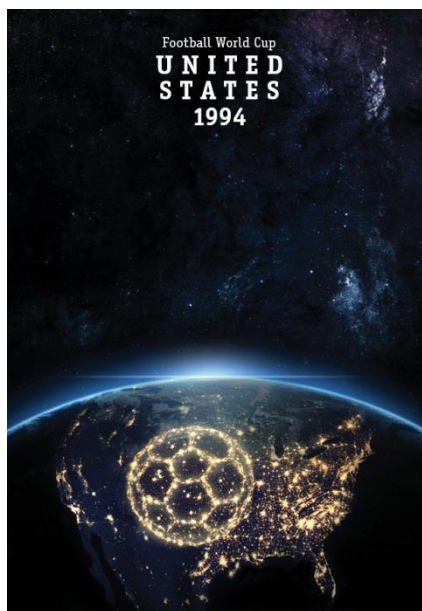


Figura 95– Composição Final para o Cartazdo Estados Unidos 1994
Fonte: Os Autores

10.1.18 França 1998

Apesar de terem havido duas Copas no território francês, nenhum dos Cartazes apresentados na veiculação do Evento traziam um dos pontos turísticos mais conhecidos do país, ou até mesmo do mundo, a Torre Eiffel. Há nove anos que antecederam o Evento, a construção de Gustave Eiffel havia completado cem anos. Dessa forma, o novo conceito do postal era utilizar a Torre construída há um século atrás como sede de uma partida de futebol.

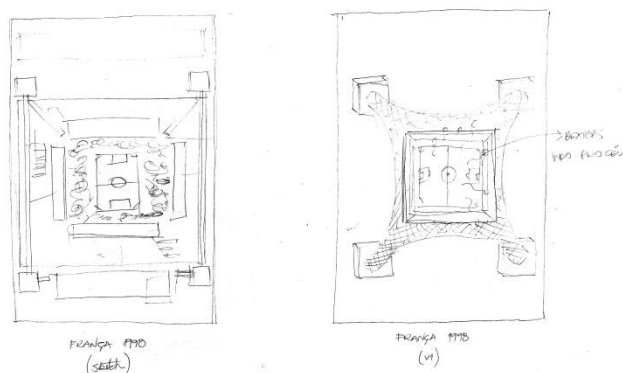


Figura 96 – Rifes de estudo para oCartaz da França 1998
Fonte: Os Autores

Após os raves manuais (Figura 96) era momento da busca de imagens. A Torre Eiffel, sendo um dos pontos turísticos mais visitados do mundo, é alvo de diversas reproduções. Assim sendo, a busca de imagens se tornou extremamente fácil, com diversos resultados, de diversas perspectivas, possibilitando ao designer diversas propostas.

À partir da análise morfológica viu-se que a perspectiva utilizada mostrava uma vista superior em relação a um campo de futebol, ou seja, a visão de alguém que sobrevoasse o local. O intuito inicial então, foi o de permanecer com esse plano de câmara. Porém, após a realização da amostra digital (Figura 97), notou-se que a torre não se mostrava tão identificável quanto se vista de frente. Sendo assim, o conceito de trazer a torre como parte integrante da nova proposta de postal acabava se perdendo.



Figura 97 – Rafedigital de estudo para oCartaz da França 1998
Fonte: Os Autores

Viu-se então a necessidade da utilização da torre na forma como é mais comumente reconhecida, com a vista frontal, ou mesmo lateral, sendo de baixo para cima a uma certa distância do objeto. Após essa mudança, foi necessária a adequação da construção do estádio onde localiza-se o primeiro andar do ponto turístico.



Figura 98 – Imagens seleccionadas para o Cartaz da França 1998
Fonte: Os Autores

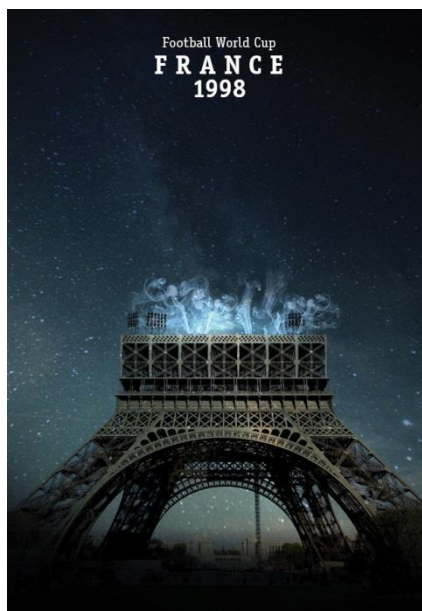


Figura 99 – Composição Final para Cartaz da França1998
Fonte: Os Autores

10.1.19 Japão e Coréia do Sul 2002

Mais uma vez uma Copa que ficou marcada por novidades. A primeira destas pelo fato do evento estar ocorrendo no continente asiático, como se não obstante, contou com dois países sede, Coréia do Sul e Japão. O Cartaz original a representação do campo de futebol através da pintura tradicional dessas culturas, com traços rápidos e longos mostrando assim a sintonia com que ambos os países estavam para sediar o evento.

O desafio maior em peças gráficas que trazem pouca informação e são muito simbólicos é preservar esse simbolismo. Um dos itens mais marcantes no Cartaz Coreia/Japão são o fundo branco e o traço das pinceladas. No primeiro rafe (Figura 100) a idéia central se dava por construir um campo real mantendo a perspectiva estourada, buscando a sensação de grandeza. Porém, adotando essa forma de construção, as características mais marcantes e simbólicas comentadas anteriormente acabavam por desaparecer. A segunda idéia foi entender que a grama poderia ser usada como tinta

para “pintar” o campo, mantendo assim o fundo branco, que se assemelha em muito a uma tela de pintura, além é claro, da preservação dos traços das pinceladas.

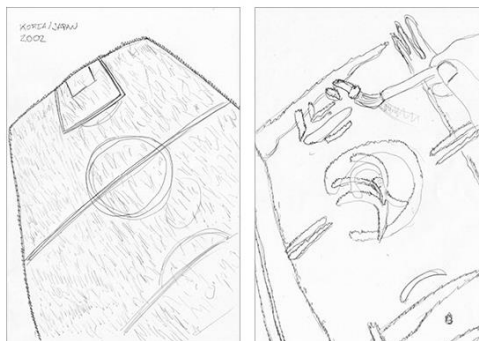


Figura 100 – Rafes de estudo para o Cartaz do Coreia/Japão 2002
Fonte: Os Autores

Curiosamente para execução desse trabalho foi fundamental um conhecimento de pincéis dentro do *software* de manipulação de imagem, isso garantiu que a grama mantivesse um aspecto natural assim como a textura de terra que acompanha a perspectiva do campo desenhado. A sensação de volume é reforçada através dos planos que ficam mais evidentes por causa das sombras. O resultado (Figura 102) ficou fiel a proposta pensada inicialmente, de manter as características do Cartaz original, o elemento da mão executando o movimento da pintura deixa a composição ainda mais realista.



Figura 101 – Imagens selecionadas para o Cartaz da Coreia/Japão 2002
Fonte: Os Autores

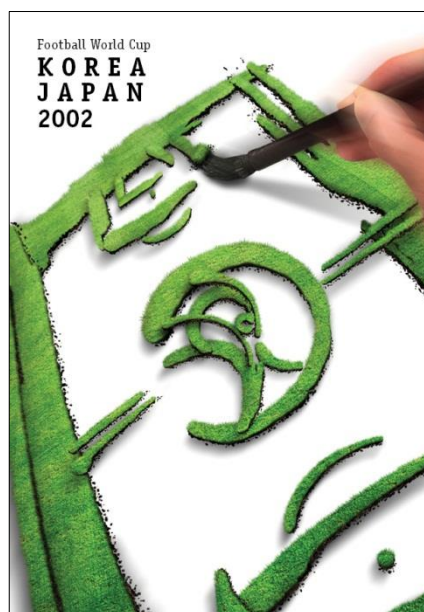


Figura 102 – Composição Final para Cartaz da Coreia/Japão2002
Fonte: Os Autores

10.1.20 África do Sul 2010

O Cartaz da África do Sul teve como principal utensílio a utilização da ambigüidade da forma, através da utilização da configuração esquemática, como ressalta Gomes Filho (2004), "as configurações esquemáticas são as formas materiais que se

originam na nossa percepção, mas que raramente coincidem com elas. Ou seja, é quando o esqueleto estrutural pode ser incorporado por uma grande variedade de formas. Nesse sentido, uma configuração esquemática nem sempre é percebida como a forma de uma coisa em particular.”

No caso específico do Cartaz sul africano pode-se ao mesmo tempo ver a forma de um afro-descendente, bem como do continente africano, vai depender da visualização que se queira ter da forma. Para a confecção dos rafes manuais (Figura 103) foi levado em consideração então esse sentido de duplicidade da forma.

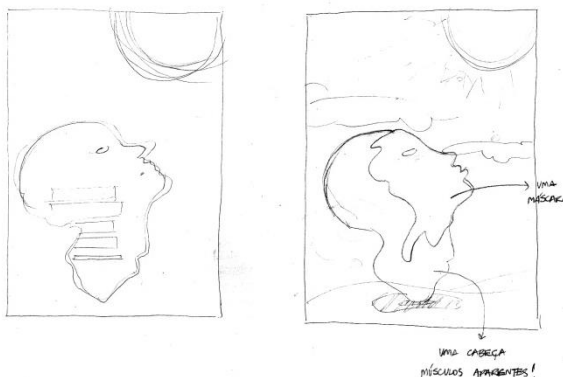


Figura 103 – Rafes de estudo para o Cartaz da África do Sul 2010
Fonte: Os Autores

Através dos esboços manuais, somado ao conceito estabelecido na análise semântica, deu-se início a busca das imagens pertinentes à utilização no postal (Figura 104).



Figura 104 – Imagens selecionadas para o Cartaz da África do Sul 2010
Fonte: Os Autores

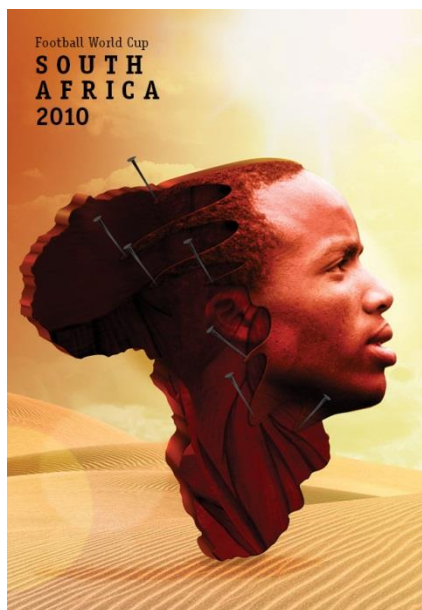


Figura 105 – Composição Final para Cartaz da África do Sul 2010
Fonte: Os Autores

Dentre as obras que serviram de referência para a confecção do postal (Figura 105) destaca-se o monumento “Memorial da América Latina” de autoria do arquiteto Oscar Niemeyer. Ainda que presente na cidade de São Paulo, tendo uma utilização bem

como conceitos totalmente discrepantes do postal, o monumento serviu de inspiração para a construção da forma monumental no postal.

Um dos fatores recorrentes do deserto é o fato da atribuição de estar-se sozinho, abandonado. Assim, através da utilização de um monumento estático presente no deserto fez-se uma crítica a segregação racial presente no período histórico do país sede, que ficou conhecido como *Apartheid*.

CONCLUSÃO

A principal iniciativa desse projeto foi visar rememorar algo que estava um pouco ausente. Assim como é o intuito do postal. Com a atribuição de novas tecnologias digitais, sobretudo da telefonia celular, diversos formatos impressos que anteriormente eram considerados extremamente relevantes, foram deixados de lado, e isso causava um certo desconforto no que diz respeito a ver os materiais impressos tendo sua qualidade e quantidade decaindo gradativamente.

Sabe-se que a criação por vezes traz elucidar algo novo, e por consequência direta, esse algo novo acaba por substituir algo que já estava no meio, e não necessariamente pelo fato de este último estar ultrapassado ou ser falho. Por vezes vê-se também que por questões de falta de utilidade ou mesmo dificuldade no processo, alguns procedimentos ou mesmo tecnologias são deixadas de lado.

Na busca por originais de postais, e pelos que hoje integram o mercado que, ainda que fraco, resiste ao tempo, viu-se que sua evasão se deve não tanto pela ascensão das novas tecnologias em si, mas também pelo fato de que designers e profissionais envolvidos acabaram deixando de produzi-los, por não se mostrarem interessantes do ponto de vista comercial, tendo um retorno a médio prazo, haja visto que o processo de confecção em si, não é algo dificultoso.

Notou-se que a falta de pessoal interessado no meio, tanto pra compra, mas principalmente pra produção, podem ser motivos que levaram ao esquecimento da utilização do Cartão Postal como ferramenta de comunicação em massa. A falta de interesse por parte de quem cria sobretudo, evoluindo para novas mídias, fez com que houvesse um decaimento na qualidade do material, dificultando ainda mais seu retorno, por assim dizer. Em síntese, a falta de uso do postal se dá fundamentalmente não pelo desuso do meio em si, mas sim pela baixa qualidade gráfica apresentada do material.

Uma das ressalvas mais importantes em relação ao projeto, foi a ingenuidade por parte dos autores no que diz respeito ao estudo das informações pertinentes ao que se elucidou na análise semântica dos Cartazes. Nesta análise não deu-se conta preliminarmente da abrangência do levantamento histórico que seria necessário ser feito para que pudesse ter-se uma hermenêutica necessária para a efetivação do projeto. Se

fosse feito um levantamento histórico de apenas um local específico nestes oitenta anos de Copa do Mundo, já seria algo considerável, imagine-se então quando esse levantamento era pertinente à cerca de dezesseis países de quatro continentes distintos. Foi um período na história mundial trilhado por conflitos, sobretudo políticos e militares.

No que diz respeito ao ensino acadêmico, por diversas vezes viu-se a utilização de elementos pertinentes das disciplinas anteriormente assistidas. Para exemplificar aqui a análise morfológica realizada pelos autores. Acrescentando ainda a esta, a parte de criação em si, onde importantes disciplinas como utilização da cor e projeto gráfico foram essenciais.

Como indicação aos estudantes futuros, deixa-se o conselho de acrescentar ao presente trabalho uma coleção de postais voltados a temática do futebol, porém concedido mais a caráter nacional. Algo que também se mostra interessante é a utilização de um material gráfico que aborde a temática do Campeonato Brasileiro por exemplo. Como telespectadores e entusiastas, vê-se que falta uma imagem que represente o futebol nacional, e isso levando-se em consideração a ideologia de que o “Brasil é o país do futebol”. Algo que nota-se na Liga de Futebol Americano (*National Football League - NFL*), por exemplo, que ressalta a identidade dos times através de brasões, logotipos, apresentações, vídeos e outros tantos meios de comunicação visual. Que fazem com que o time seja facilmente identificado, da mesma intensidade que uma marca o faz, por exemplo.

Para finalizar, gostaria-se de inserir aqui uma passagem de Lucy Niemeyer, uma das fontes utilizadas para a elaboração deste projeto:

“Com a evolução do design e a ampliação de seu papel, o seu caráter estratégico adquire crescente força. Além do papel do design na manutenção da produção e da circulação de produtos e serviços – o seu vetor econômico - , é relevante a sua contribuição na elevação da qualidade de vida individual e social – o vetor social do design. Assim, os designers devem estar atentos à relação comunicativa estabelecida entre o produto e o seu destinatário.” (NIEMEYER, LUCY, 2003, p. 15-6)

REFERÊNCIAS

MUNARI, Bruno. Das Coisas Nascem Coisas. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

BRETON, André, Manifestos do Surrealismo. Rio de Janeiro, Editora Nau, 2001

CESAR, Newton. Direção de arte em propaganda. 5ª. Edição. São Paulo: Futura, 2000.

CORREIA, Maria da Luz. Cartão Postal: o tempo de uma cidade. In Logos Comunicação e Universidade, ano 16, n.29, 2o semestre 2008.

DONDIS, Donis A.. Sintaxe da Linguagem Visual, São Paulo: Martins Fontes, 1999.

DUARTE, Orlando. História dos Esportes. São Paulo: Makron Books, 2000.

FONSECA, Carlos. Glossário de Comunicação Visual. Porto Alegre: Sulina, 1995.

GOMBRICH, Ernst Hans Josef. A História da arte. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

História das Copas do Mundo. São Paulo: Empresa das Artes, 2010.

HOLLIS, Richard. Design gráfico: uma história concisa. Coleção Mundo da Arte. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

KOTLER, Philip. Marketing 3.0. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2010.

LEAL, Júlio Cesar. Futebol Arte e Ofício. Rio de Janeiro: Sprint, 2001.

LUPTON, Ellen, COLE PHILLIPS, Jennifer. Novos Fundamentos do Design. São Paulo: CosacNaify, 2008.

METZL, Ervine. The poster: its history and its art. Nova Iorque: Ed. Watson-Guption Publications, inc., 1963.

MIRANDA, Antônio. O que é Cartofilia. Brasília: Sociedade Brasileira de Cartofilia, 1985.

MOLES, Abraham. O Cartaz. Trad.: Miriam Garcia Mendes. São Paulo:

Perspectiva/Editora da Universidade de São Paulo, 1974.

MUNARI, Bruno. Design e Comunicação Visual. Livraria Martins Fontes Editora Ltda. 1997

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. Dicionário de Comunicação. Rio de Janeiro:Campus, 1995.

RIBAS, Lúcio Vellozo. O Mundo das Copas. São Paulo: Lua de Papel, 2010.

SANTOS NETO, José Moraes dos. Visão do Jogo – primórdios do futebol no Brasil. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

SASSO, Fábio; e equipe Abduzeedo. “Guia de inspiração para designers”. Porto Alegre: Bookman, 2012.

SEVCENKO, Nicolau; e outros. História da vida privada no Brasil 3 - República: da Belle Époque à Era do Rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SONTAG, Susan. “Posters: Advertisement, art, political artifact, commodity”. In: Looking closer 3, classic writings in graphic design. BEIRUT, Michael, et al. Nova Iorque: Ed. Allworth Press, 1999.

TILMAN, Pierre (1992) ‘Rencontres et Correspondances Passages’ in Regards très particuliers sur la carte postale. Paris: Musée de la Poste, pp. 120-125

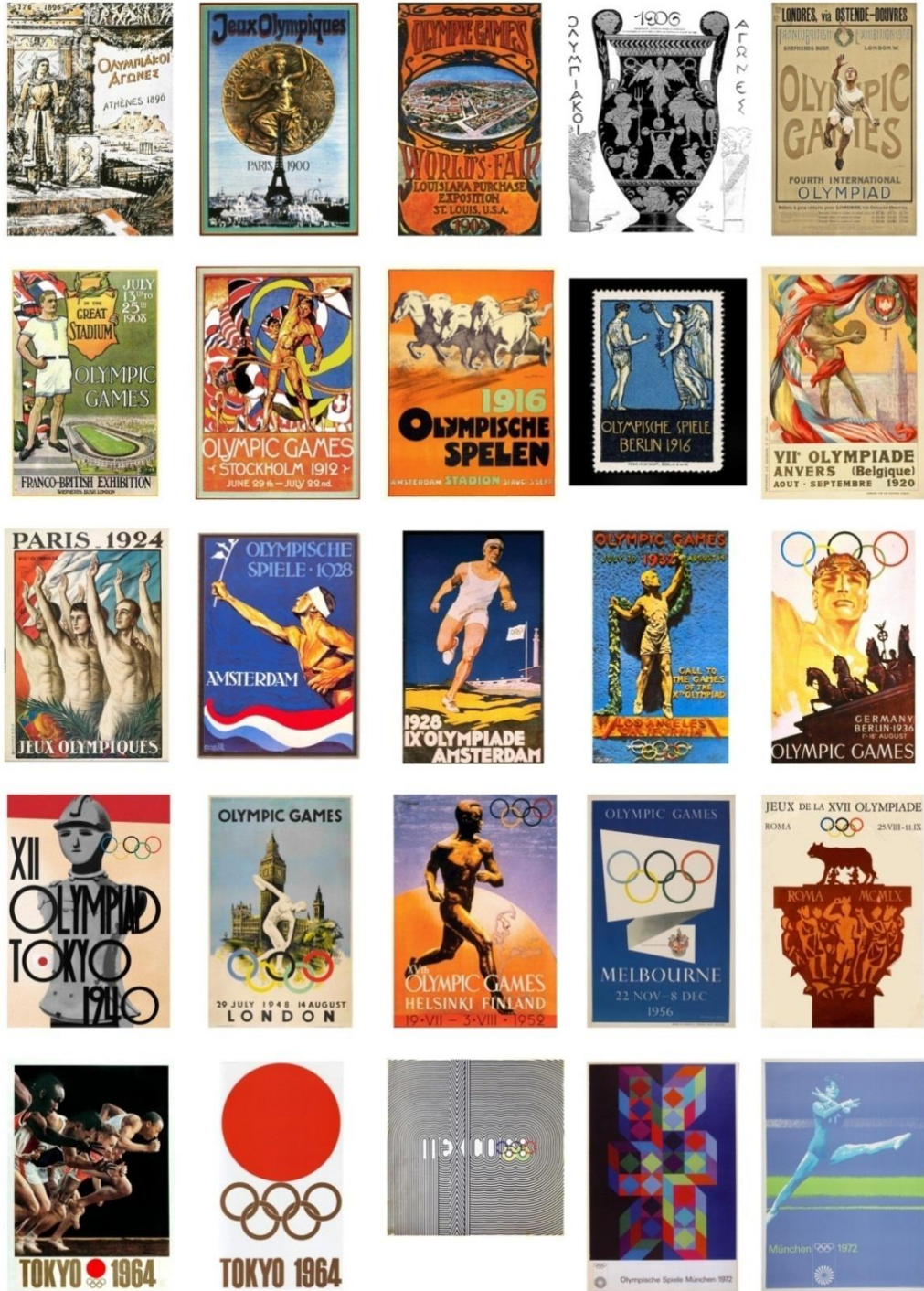
TURNER, David; MUÑOZ, Jesus. Par a os filhos dos filhos de nossos filhos: uma visão da sociedade internet. São Paulo: Summus, 2002.

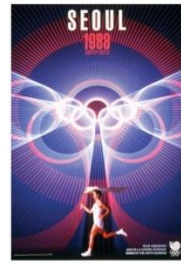
VASQUEZ, Pedro. Postaes do Brazil. São Paulo: Metalivros, 2002. – relata o surgimento dos cartões postais no Brasil, por volta de 1880.

VENTURINI, Carolina Maria M. Cartão Postal: o tempo de uma cidade. In Lato& Senu, n.2, 2001.

APÊNDICES

APÊNDICE A – CARTAZES DOS JOGOS OLIMPICOS MODERNOS





ANEXOS

- Década de 1930 (Uruguai, Itália e França)
- Período histórico em que o mundo se recuperava de uma primeira crise econômica “global” depois da quebra da bolsa de Nova York em 1929. Na política de muitos países o totalitarismo e o fascismo tomam o poder. Fator preponderante para que no final da década eclodisse o conflito da Segunda Guerra Mundial, fazendo com que o a Copa do Mundo FIFA fosse interrompida por 12 anos.
- 1931 - Empire State Building é inaugurado, edifício mais alto do mundo na época, com 381m.
- 1933 - Adolf Hitler chega ao poder como Chanceler, em pouco tempo consegue poder absoluto como ditador.
- 1933 - Franklin Roosevelt assume a presidência dos Estados Unidos, seu maior trunfo foi reestruturar a economia americana que estava numa profunda crise.
- 1935 - O Governo Fascista Italiano de Mussolini invade e anexa a Etiópia ao império Italiano.
- 1936 - Guerra Civil Espanhola, fascismo do General Francisco Franco.
- 1936 - Olimpíadas de Berlim - O Atleta americano e afro-descendente Jesse Owens sai como maior medalhista do evento - quatro medalhas de ouro, desmentindo a crença da superioridade ariana pregada por Adolf Hitler.
- 1937 - A guerra civil espanhola assiste ao seu pior capítulo: Guernica sofre um bombardeio. A cidade serviu de laboratório de teste dos militares alemães, matando mais de 2 mil civis num único dia.

- 1937 - Inicia-se a Guerra Sino-Japonesa. A tentativa do Japão de invadir e dominar a China. Mostrando um lado cruel do império japonês que praticava atrocidades com os civis chineses.
- 1938 - Hitler anexa a Áustria a Alemanha.
- 1939 - Invasão alemã na Polônia dando início a Segunda Guerra Mundial.
- Década de 1950 (Brasil, Suíça e Suécia)
- 1950 - Guerra da Coreia.
- 1951 - A morte de Evita.
- 1952 - Bomba Hidrogênio, primeira bomba de hidrogênio.
- 1953 - Stalin: Morre o Tirano.
- 1953 - Decifrada a estrutura do DNA humano.
- 1953 - Conquista do Everest, montanha mais alta do mundo.
- 1954 - O Sucesso do Rock-and-roll.
- 1955 - Inauguração do parque temático Disneylândia na Califórnia.
- 1956 - Elvis no topo das paradas da música.
- 1957 - Lançado o Sputnik.
- 1958 - China, Mao decreta industrialização pela força do povo.
- 1959 - Fidel consuma a revolução cubana.
- Década de 1960 (Chile, Inglaterra)
- 1961 - O Homem chega ao espaço.
- 1961 - Começa a construção do muro de Berlim.

- 1962 - Começa a transmissão de televisão via satélite.
- 1962 - A Morte de Marilyn Monroe.
- 1962 - Crises dos mísseis de cuba.
- 1963 - Primeira mulher chega ao espaço.
- 1963 - Marcha dos direitos civis em Washington. Martin Luther King: “Eu tenho um sonho”.
- 1963 - Acontece o assassinato de Kennedy.
- 1964 - Golpe Militar no Brasil
- 1964 - Os Beatles conquistam as paradas dos Estados Unidos.
- 1964 - Mandela condenado à prisão perpétua.
- 1966 - China, Revolução cultural. Mao mobiliza juventude comunista aos que têm ideias burguesas.
- 1967 - Guerra dos sete dias, Israel toma Jerusalém Oriental.
- 1967 - Morre o guerrilheiro Che Guevara na Bolívia
- 1967 - Primeiro transplante de coração.
- 1968 - Assassinato de Martin Luther King.
- 1969 - Primeiro voo do Concorde (Avião supersônico de passeio).
- 1969 - Homem chega a Lua.
- 1969 - Festival de Woodstock.
- Década de 1970 (México, Alemanha Ocidental, Argentina)
- 1970 - Apolo 13 aborta a missão lunar.

- 1970 - Morre Jimi Hendrix.
- 1972 - Banho de sangue na Irlanda do Norte conhecido como Domingo Sangrento.
- 1972 - Ataque terrorista nas Olimpíadas de Munique.
- 1973 - Aborto Legalizado nos EUA.
- 1973 - Golpe Militar no Chile.
- 1973 - Crise do Petróleo - OPEP cria o embargo de petróleo ao ocidente que apoia Israel.
- 1974 - Presidente Nixon renuncia após o caso Watergate.
- 1975 - Ano de Fundação da Microsoft.
- 1975 - Fim da Guerra do Vietnã.
- 1975 - Mohamed Ali entra pra história do boxe.
- 1975 - Fim da Ditadura na Espanha.
- 1976 - Ano de fundação da Apple.
- 1977 - Inauguração do Centro Pompidou em Paris.
- 1977 - Lançamento do Primeiro filme Star Wars.
- 1977 - Morte de Elvis.
- 1979 - Margaret Thatcher é eleita Primeiro-Ministro do Reino Unido
- 1979- URSS invade o Afeganistão
- Década de 1980 (Espanha e México)
- 1980 - Assassinato de John Lennon.

- 1981 - Lançado o computador pessoal da IBM.
- 1982 - Invasão Argentinanas ilhas Falkland.
- 1982 - Massacre de Beirute, matança de palestinos em campo de refugiados.
- 1982 - Lançado programa de defesa americano “Guerra nas Estrelas”.
- 1983 - Cidadãos europeus se manifestam contra a instalação de mísseis americanos em seus territórios.
- 1984 - Lançamento do Apple Macintosh
- 1985 - Live Aid, concerto musical com intuito de arrecadar fundos de assistência contra a fome na Etiópia e chamar a atenção do mundo contra a pobreza e desigualdade social do continente africano.
- 1985 - Fim da ditadura militar no Brasil
- 1986 - Explosão do ônibus espacial Challenger em seu lançamento.
- 1986 - Acidente nuclear de Chernobyl.
- 1987 - A Primeira Intifada Palestina.
- 1988 - Uso de Armas químicas no Iraque contra a própria população.
- 1989 - Um dos maiores desastres ecológicos da história, vazamento de petróleo no litoral do Alasca.
- 1989 - Massacre de Tiananmen China, conhecido como Massacre da Paz Celestial.
- 1989 - A Queda do Muro de Berlim.
- 1989 - Criada a World Wide Web.
- Década de 1990 (Itália, Estados Unidos e França)

- 1990 - Libertação de Nelson Mandela
- 1990 - Lançamento do Telescópio Hubble.
- 1991 - Guerra do Iraque
- 1991 - Fim da URSS.
- 1992- Fundação da União Europeia
- 1994 - Nelson Mandela e eleito presidente da África do Sul.
- 1995 - Atentado terrorista no metrô de Tóquio com gás sarin.
- 1996 - Reino Unido entrega posse de Hong Kong para China.
- 1997 - Morre Madre Teresa.
- 1998 - Fundação da Google.
- Década de 2000 (Japão/Coréia do Sul, Alemanha e África do Sul)
- 2000 - Concluído o mapeamento do genoma humano.
- 2000 - Recontagem dos votos da eleição Bush.
- 2001 -Ataque terrorista ao World Trade Center em Nova York.
- 2001 - Lançamento da Wikipédia .
- 2002 - Utilização do Euro como moeda em alguns países da União Europeia.
- 2003 - Columbia, segundo desastre envolvendo ônibus espacial americano.
- 2003 - Tropas militares americanas assumem controle da cidade de Bagdá.
- 2004 - Atentado terrorista em Madri, três estações de trem são atacadas matando centenas de civis.

- 2004 - Criadas as redes sociais Orkut e Facebook.
- 2004 - Tsunami no oceano Índico, catástrofe matou mais de 200 mil pessoas.
- 2005 - Furacão Katrina devasta a cidade de Nova Orleans nos EUA.
- 2006 - Fundação do microblog Twitter.
- 2007 - Lançamento do iPhone.
- 2008 - Lançamento do sistema operacional Android.
- 2009 - Barack Obama é eleito o primeiro presidente negro dos Estados Unidos.