

# Mascotes dos Jogos Olímpicos: de figuratividade passiva ao fetichismo visual, tecnológico e ambíguo da pós-modernidade



*Helio Silva*

*Mestrando em Ciências da Comunicação pela ECA-USP  
Pesquisador do GESC3 – Grupo de Estudos  
Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo  
Email: hpshelio@uol.com.br*

*Clotilde Perez*

*Livre-docente em Ciências da Comunicação pela ECA-USP  
Doutora e mestre pela PUC-SP e líder do  
GESC3 – Grupo de Estudos Semióticos em  
Comunicação, Cultura e Consumo.  
Email: clopez@terra.com.br*

**Resumo:** Os Jogos Olímpicos mobilizam e envolvem milhões de pessoas em torno da busca pela superação e pela catarse coletiva estimulada pelas disputas e pela intensa midiática. Nesse contexto, as mascotes catalisam não apenas o espírito olímpico, mas os valores sociais existentes na localidade sede. De explorações emocionais, com criações de baixa interação, as mascotes incorporaram fatos de vida, passaram ao coletivo e à exploração das identidades múltiplas e flutuantes da sociedade pós-moderna.

**Palavras-chave:** *mascotes, Jogos Olímpicos, figuratividade, semiótica, revelador social.*

*Las mascotas de los Juegos Olímpicos: desde la figurativad pasiva hasta el fetichismo visual, tecnológico y ambiguo de la posmodernidad*

**Resumen:** Los Juegos Olímpicos movilizan y hacen participar a millones de personas en torno a la búsqueda de la superación y de la catarsis colectiva, estimulado por las disputas y la amplia cobertura de los medios. En este contexto, no solo catalizan el espíritu olímpico, pero los valores sociales que existentes en la ubicación-sede. Granjas emocionales con las creaciones de baja interacción, a la incorporación de las mascotas con hechos de vida, pasan a el colectivo, llegando a explorar las múltiples y flotantes identidades de la sociedad post-moderna.

**Palabras clave:** *mascotas, Juegos Olímpicos, figuratividad, semiótica.*

*Mascots of the Olympic Games: from passive figurativity to the technological and ambiguous visual fetishism of the postmodernity*

**Summary:** The Olympic Games mobilize millions of people in search of self enhancement and of a collective catharsis stimulated by the Olympic disputes and the media intentions. In this context the mascots catalyze not only the Olympic spirit, but the social values that are part of the local headquarters. Beginning with exploitation of emotional feelings, with low creative interaction, the mascots went on incorporating facts of life, passed to collective arriving to the exploitation of multiple and fluctuating identities of the post-modern society.

**Keywords:** *mascots, Olympic Games, figurative, semiotic, revealing social.*

## Introdução

Os Jogos Olímpicos juntamente com o Mundial de Futebol são as manifestações esportivas mais midiáticas do planeta. Realizadas a cada quatro anos, as também chamadas Olimpíadas mantêm laços intensos e dinâmicos com todas as camadas da sociedade e com as mais diversas etnias. São esperadas, comentadas, criticadas e amadas por esportistas e pessoas comuns.

Em sua configuração moderna, as Olimpíadas têm duração aproximada de um mês<sup>1</sup>, período em que são realizadas as competições envolvendo 34 modalidades esportivas e 10.500 atletas de 204<sup>2</sup> países . Os Jogos

<sup>1</sup> Embora o período de competições dure pouco mais de 30 dias, os Jogos Olímpicos podem ser considerados eventos de longa duração, pois começam os preparativos tão logo uma cidade seja definida como sede. Em média, isso acontece com oito anos de antecedência, devido a todas as obras e procedimentos que envolvem a preparação do evento.

<sup>2</sup> Para saber mais: <http://espn.estadao.com.br/elementos/lista.abaLivre.logic?id=40056>

Olímpicos demonstram uma impressionante capacidade de mobilizar todas as atenções. Milhões de pessoas nas cidades-sede e um número ainda maior acompanhando pela televisão, rádio, smartphones, internet, revistas, jornais, etc. Apenas como referência, durante os Jogos Olímpicos de Pequim, em 2008, a audiência global da televisão ultrapassou a marca de 4,7 bilhões de pessoas<sup>3</sup>.

*O poder do diálogo das mascotes está na estreita relação desses personagens com elementos do cotidiano e a sua aproximação com o mito*



Para explicar todo esse alcance, além da variedade de modalidades coletivas ou individuais envolvidas nas competições, os Jogos Olímpicos também oferecem narrativas (algumas épicas) que atuam no imaginário da sociedade promovendo interações que extrapolam as perspectivas esportivas. A principal dessas narrativas refere-se ao próprio sentido ou conceito de vitória que, numa Olimpíada, é, antes de tudo, um estímulo para o bom relacionamento entre os povos e o caminho para a promoção dos valores humanos. Em outras palavras, aquilo que se convencionou chamar de espírito olímpico.

As representações simbólicas dos Jogos Olímpicos desempenham um papel de grande relevância na consolidação do esporte como um instrumento para a construção e afirmação de identidades. A massa de torcedores reunida por nacionalidades e outras afinidades culturais ou emocionais se impõe como uma projeção da organização social contemporânea, em um território

<sup>3</sup> Para saber mais: [http://br.nielsen.com/news/ano\\_dos\\_esportes.shtml](http://br.nielsen.com/news/ano_dos_esportes.shtml)

idealmente neutro (estádios, ginásios e arenas) onde se desenrolam, além das disputas esportivas, também um confronto particular entre as identidades locais, regionais e globais. Ou, ainda, entre a necessidade de reafirmação de valores regionais e a necessidade de conexão com um mundo cada vez mais aberto à diversidade.

Nesse contexto, o potencial expressivo das mascotes desempenha um papel de importância fundamental tanto na divulgação, como instrumento estético privilegiado da publicidade, quanto no estímulo à interação coletiva, como catalisador da torcida, dos Jogos Olímpicos. Ao sinalizar traços da cultura e da estética particular das cidades-sede e, acima de tudo, ao corporificar os valores sociais e as emoções próprias do esporte, as mascotes viabilizam uma relação de cumplicidade, afetividade e trocas com todos os indivíduos, o que dilui as diferenças para viabilizar e promover um tipo de identidade coletiva, ainda que efêmera.

### **As mascotes olímpicas no imaginário da sociedade**

A permanente busca dos indivíduos por conquistas, reconhecimento e afirmação de identidade encontra destacada rentabilidade nas arenas esportivas. É reconhecido que muitas modalidades têm inspiração em disputas e movimentos de guerreiros nos campos de batalha ao longo da história da humanidade, em diferentes regiões do planeta, ainda que as referências históricas remontem ao século VIII a.C. na cidade de Olímpia, na Grécia. Assim, um evento com o alcance social e cultural como os Jogos Olímpicos demanda um tipo de comunicação com alto poder de envolvimento emocional e elevada capacidade para a mobilização de audiência e torcedores e, também, patrocinadores.

Parte desse papel é desempenhado pela identidade visual desenvolvida a partir das cinco argolas, representando os cinco continentes, e que é redesenhada a cada edição

para traduzir as particulares da cidade-sede, mas que se mantém em suas características gerais desde 1914, quando foi criada. Essa identidade visual cumpre com grande eficiência as funções de divulgação e promoção dos eventos, porém revela-se pouco eficiente na tarefa que conquistar adesão e envolvimento emocional da audiência ou torcida. Para essa função, os Jogos Olímpicos investem na criação das chamadas mascotes<sup>4</sup>.

Perez (2011a:43) afirma que “as mascotes têm características recorrentes que lhes conferem identidade. Nesse sentido, as mascotes são ícones, são ídolos, são fetiches, são mediadoras, são pequenas, são emblemas da cultura de massa etc.” São traduções lúdicas e bem acabadas da cultura das cidades-sede que, dessa forma, viabilizam o intenso compartilhamento dos sentimentos e emoções envolvidos nas disputas esportivas. Embora nascidas com a proposta original de serem apenas “o representante visual ou identificador de um fenômeno sógnico” (Perez, 2011a:61), as mascotes facilmente ganham vida no imaginário coletivo, amenizando eventuais diferenças culturais e criando condições para um envolvimento profundo da audiência com todo o espetáculo proporcionado pelas disputas.

Mais do que explicar, as mascotes dos Jogos Olímpicos querem seduzir, engajar e estabelecer vínculos psíquicos e emocionais que abram caminho para a motivação e adesão das pessoas. A imagem de uma mascote é sempre poderosa, pois sua limiaridade é sempre perturbadora. Animadas em comerciais de televisão ou corporificadas em bonecos majestosos que se tornam familiares, desfilando por estádios ou arenas, as mascotes impõem sua irresistível força inclusiva

<sup>4</sup> Acredita-se que a popularização do termo mascote se deveu ao compositor francês Edmond Audran (1842-1901), que compôs a opereta *La Mascotte* (escrita por Henri Clivot e Alfred Duru), estreada em Paris, em 30 de outubro de 1880, com imenso êxito. [...] A opereta de Audran traz, ainda, a conexão para outras características marcantes da mascote que são a ingenuidade, a inocência e a pureza, representadas pela virgindade da protagonista, tão presentes, também no universo da criança. (Perez, 2011a:41)

para “desenvolver um comportamento coletivo de certo modo intenso e ritualístico” (Perez, 2011a:46).

A força que permite às mascotes dialogarem com sua audiência com tanto poder de mobilização, não apenas nos locais de disputas, mas por todo o planeta, está ancorada na estreita relação desses personagens com elementos da vida cotidiana, com sua capacidade de expressar e simplificar as narrativas, e a sua aproximação com o conceito de mito. Conforme propõe Rollo May (2004:17), “o mito é uma forma de dar sentido ao mundo que se tem”, e é exatamente isto que as mascotes conseguem fazer de maneira lúdica e, muitas vezes, memorável.

Avançando um pouco mais na análise, observa-se ainda que o acesso fácil das mascotes às emoções do público, em estádios, ginásios, arenas ou pelos veículos de comunicação de massa, faz com que elas se prestem a outro papel igualmente importante: o de geradoras de negócios. Por meio de licenciamentos e variados acordos comerciais, as mascotes multiplicam-se em filmes para o cinema, animações para televisão, games, “virais” para internet, grifes de roupas, acessórios, e mais uma infinidade de produtos e serviços para públicos de todas as idades, classes sociais e etnias.

## Metodologia de análise semiótica

O conceito da figuratividade na semiótica desenvolvido pela Pragmática de Peirce chama a atenção para a capacidade de nossas experiências perceptivas de produzirem variados efeitos de sentido a partir de um mesmo fenômeno sógnico. Conforme Santaella (2005), que localiza as formas figurativas na secundidade da tríade de Peirce, tais formas são “referenciais que, de um modo ou de outro, com maior ou menor ambigüidade, apontam para objetos ou situações em maior ou menor medida reconhecíveis fora daquela imagem” (Santaella, 2005:227). Nesse sentido, as formas visuais, em particular, as

figurativas, propõem-se a manifestar e a traduzir o seu referente por meio de semelhanças (conexão icônica), sugestões (indicial) ou convenções (simbólica). Nas palavras de Santaella, essas formas buscam “produzir a ilusão de que a imagem figurada é igual ou semelhante ao objeto real” (idem) e, assim conseguem promover interações que fazem fortes conexões com contextos históricos, sociais e culturais relevantes para as pessoas para as quais se destinam.

Para a abordagem da figuratividade e a interpretação da capacidade comunicativa investida nas mascotes Olímpicas, desde os Jogos de Munique em 1972, este estudo adotou um modelo de análise semiótico desenvolvido com base na Teoria Geral dos Signos proposta por Charles Peirce (1977). Tal modelo coloca foco no signo encarnado no objeto, o que “permite uma análise encapsulada do fenômeno a partir dos parâmetros signícos: qualitativo-icônico, singular-indicial e legissimbólico” (Perez, 2011a:66).

O modelo abre espaço ainda para que se revelem as potencialidades de sentido e, particularmente, as conexões estabelecidas pelas mascotes nos diferentes contextos em que os Jogos Olímpicos aconteceram ou, no caso de Londres 2012, irão acontecer. Em outras palavras, o método faz brotar as conexões afetivas e emocionais promovidas pelos ícones; as conexões racionais e pragmáticas geradas pelos índices; as conexões cognitivas e convencionais construídas pelos símbolos.

Ao todo, foram analisados 11 projetos de mascotes individuais ou coletivas adotadas pelas cidades-sede dos Jogos Olímpicos, a cada quatro anos, ao longo das últimas quatro décadas. Essa amostra tão diversa demandou o estabelecimento de um procedimento para a abordagem e a aplicação do modelo de análise das mascotes olímpicas de maneira a levar em conta as suas características singulares e também as recorrências.

Como se sabe, as mascotes olímpicas são fenômenos de vida relativamente curta quando comparadas com outras manifes-

tações similares utilizadas pela publicidade para a construção de marcas de produtos, serviços ou empresas. Essas mascotes nascem um ou dois anos antes da realização do evento e pouco sobrevivem após a cerimônia de encerramento. Além disso, invariavelmente, as mascotes olímpicas são portadoras de características específicas definidas ou, no mínimo, influenciadas pelo contexto social, econômico e cultural da localidade que abriga os jogos, além do momento histórico vivido.

Assim, optou-se pela análise da amostra com a perspectiva individualizada dos parâmetros qualitativo-icônico, singular-indicial e legissimbólico de cada fenômeno signíco criado, e, a partir daí, foi possível chegar à interpretação globalizada do conjunto de mascotes. O objetivo foi permitir a observação do fenômeno com o distanciamento necessário das manifestações signícas de importância relativa a uma ou outra mascote, e, ao mesmo tempo, buscar a profundidade indispensável para se fazer a conexão entre os 11 projetos identitários analisados.

### Os quali-signos icônicos: a imersão no sensível

Por se tratarem de representações gráficas, aspectos como volume e textura das mascotes não podem ser analisados de forma precisa, ainda que com as novas técnicas digitais tais recursos tenham ampla utilização. Dessa forma, este trabalho se concentra na análise dos signos cromáticos de que se constituem as diferentes mascotes. A primeira observação é a de que, do ponto de vista desses signos expressivos, não existe um fio condutor único que conecte todas as mascotes em uma linha de sentido dentro do contexto global das olimpíadas. Tal constatação não é surpreendente uma vez que as cores têm profundos vínculos culturais que impactam em mobilidade e diversidade de interpretantes (Farina, Perwa São Paulo e Baarpa, 2006).

Exceto por Misha, mascote das Olimpíadas de Moscou 1980 e Hodori, de Seul 1988 que guardam muita semelhança de tons cromáticos com os animais em que foram inspirados, as cores das demais mascotes parecem fazer sentido somente quando observadas dentro dos contextos específicos, como os interesses políticos da cidade-sede e país que promovem o evento, a adesão aos discursos e às grandes causas da humanidade, ou ainda inseridos na dimensão de espetáculo que foi sendo incorporado pelos jogos ao longo do tempo.



03 – Misha - Moscou 1980



05 – HODORI - Seul 1988

As cores da bandeira nacional, por exemplo, foram utilizadas de maneira contundente por Sam, nas Olimpíadas de Los Angeles 1984 e por Izzy em Atlanta 1996, ambas mascotes de Olimpíadas realizadas nos Estados Unidos. O azul, o vermelho e o branco são predominantes nessas mascotes, onde reforçam ou prestam reverência aos valores e ao orgulho do povo americano, um tanto pertinente à época.



04 – Sam - Los Angeles – 1982



07 – Izzy - Atlanta - 1996

Os signos cromáticos incorporados pelas mascotes também manifestam o engajamento da cidade-sede e dos próprios jogos como instituição à causa da sustentabilidade do planeta. É o que pode ser observado nas cinco mascotes de Pequim 2008, chamadas coletivamente de Fuwa, cujas cores, além de indicarem os cinco continentes do mundo, também remetem ao discurso contemporâneo de defesa do meio ambiente. As cores azul, preto e verde, vermelho, laranja e verde, associados a outros elementos constitutivos das mascotes Beibei, Jingjing, Huanhuan, Yingying e NINI fazem referência, respectivamente, aos elementos água, madeira, fogo, terra e céu. No entanto, cabe notar que os cinco elementos expressivos nas mascotes, antes de se conectarem a sustentabilidade, são na verdade, manifestações de valores sociais profundos da cultura chinesa, onde estes elementos básicos foram criados pela interação de duas forças naturais fundamentais, Yang e Yin. O povo chinês concebe todos os fenômenos naturais como sendo causados pela interação dinâmica destes cinco elementos básicos. Estes elementos correspondem aos cinco sentidos terrestres: leste, para o sul, para o oeste, para o norte, e centro, aos cinco animais: dragão, fênix, tigre, tartaruga, e serpente, e as cinco estações anuais: primavera, verão, meio do verão, outono e inverno (Perez, 2011b).



10 - HUANHUAN, BEBEI, JINGJING, YINGYING, NINI - Pequim – 2008

As cores das mascotes traduzem ainda o esforço da organização dos jogos em apresentar o evento como uma festa do esporte. Apesar de Waldi, cão mascote das Olimpíadas de Munique 1972, reconhecida como a primeira mascote olímpica, já sinalizar a importância expressiva da diversidade cromáti-

ca, apenas recentemente é que esta estratégia sensível se consolida como tendência. Além da dimensão qualitativo-icônica, as cores são empregadas também como sin-signos indiciais que apontam para a atitude das mascotes, como veremos mais adiante, os signos cromáticos são utilizados para expressar descontração, alegria e celebração. A tendência, que começou a ser observada em Los Angeles, em 1982, torna-se mais perceptível em Sydney, 2000 quando as mascotes Olli, Syd e Millie “ganham vida” nas cores roxo, branco, vermelho, laranja-terra e amarelo.

A mesma proposta de aproveitamento do signo cromático para a valorização do entretenimento foi utilizada por todas as mascotes seguintes: Athenà e Phèvos, em Athenas 2004, as Fuwa de Pequim 2008 e ainda em Wenlock e Mandeville, das futuras Olimpíadas de Londres 2012. Nas mascotes de Londres 2012, especialmente, observa-se que o signo cor ganha o auxílio de recursos tecnológicos em 3D que reforçam ainda mais os seus atributos lúdicos e icônicos, por meio da translucidez e dos volumes.



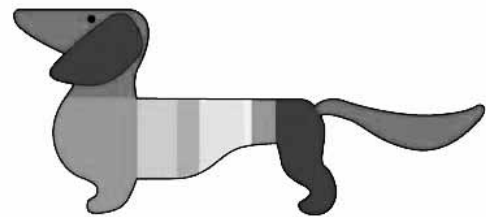
11 - Wenlock & MANDEVILLE – Londres – 2012

Duas das mascotes analisadas, no entanto, parecem se utilizar dos signos cromáticos de maneira particular e totalmente diversa de soluções adotadas em outras edições dos jogos. A mascote Amik de Montreal 1976, um castor, animal nativo do país, apresenta-se na cor preta cortada na diagonal por uma faixa vermelha semelhante àquelas em que se

amarram as medalhas (também presente na bandeira do Canadá). Aqui, a predominância do signo cromático preto não expressa sentidos evidentes, no entanto é notório o vínculo com o design minimalista que imperava no contexto epocal do Canadá nos anos 70. Outra mascote que merece destaque é Cobi, das Olimpíadas de Barcelona 1992, talvez a mais minimalista de todas, cuja cor presta-se somente a definir o tom de pele da personagem e valorizar a estética de pintura adotada em sua construção.

### Os sin-signos indiciais: rastros de mobilidade

Ao se investigar a singularidade das onze mascotes, ou seja, os sin-signos indiciais mais recorrentes, é possível separá-las em dois grupos distintos, de acordo com sua expressividade, intermediadas por uma delas que se situa num ponto de transição. No primeiro grupo, as mascotes Waldi/Munique 1972 e Amik/Montreal 1976 que se caracterizam pelos traços simples, falta de movimento e pouca expressividade, em uma concepção mais contemporânea são símbolos muito mais que mascotes, uma vez que não apresentam fatos de vida (Perez, 2011a:90). Há certa austeridade e previsibilidade na postura geral de Waldi, quase uma sentinela, realçada pelos traços de sua cabeça e dorso. Um pragmatismo típico de placas informativas ou de trânsito surge em Amik, o que poderia ser explicado, talvez, pela novidade do conceito de mascotes olímpicas na época e pela falta de repertório para a sua criação.



01 - WALDI – Munique – 1972



02 – AMIK – Montreal - 1976

O ursinho Misha das Olimpíadas de Moscou em 1980, embora ainda estático, estabelece uma evolução significativa na expressividade das mascotes. Misha é o tal ponto de transição citado anteriormente e destaca-se pela semelhança de postura, traços e tons cromáticos com o animal urso como o conhecemos, guarda grande semelhança como o real, ainda que ludicizado. E, também, por já insinuar a tendência futura da humanização, por meio da expressividade dos olhos, o sorriso no rosto e a postura ereta, quase humana (figura 03). Misha emocionou o mundo quando, por meio de um mosaico humano cênico, derrama lágrimas para se despedir na cerimônia de encerramento dos Jogos. Logo depois já no centro da arena, a mascote é içada por balões que ascendem ao céu, espetáculo triunfal.

O ponto de mudança para o segundo momento da trajetória evolutiva das mascotes veio com Sam, em Los Angeles 1984. Naquela mascote já se identificavam os principais traços constitutivos que influenciam a criação de mascotes até os dias de hoje. É a partir de Sam que ganha força o sentido de celebração, de envolvimento e, particularmente, de entretenimento que definem as Olimpíadas modernas.

Partes corporais, mãos e os braços, em representações humanizadas, assumiram papel de grande relevância sênica na expressividade das mascotes. Como podem ser vistos em várias delas, os braços erguidos perpendicularmente à cabeça indiciam claramente a proposta espetacular dos jogos olímpicos.

Os braços também se abrem em gesto convidativo como nas mascotes Cobi de Barcelona 1992, Athenà e Phèvos em Athenas 2004 (figura 09), e Beibei e Huanhuan em Pequim 2008 (figura 10). Os braços aparecem ainda em uma espécie de auto-abraço para sugerir cuidados e acolhimento, em Jingjing (figura 10); colados ao corpo para indicar obediência e disciplina, em Nini; em movimentos alternados (um adiante do outro) para sinalizar movimento, agilidade e rapidez, em Yingying, e em Wenlock e Mandeville para Londres 2012 (figura 11).



06 – Cobi – Barcelona 1992



09 – Athenà &amp; PHEVOS – Athenas 2004.

O signo antropomorfizado da mão reforça a expressão dos braços em algumas mascotes, ampliando a humanização. Com o punho cerrado e colada junto ao corpo para sugerir engajamento nas mascotes Hodor de Seul 1988 e Izzy em Atlanta 1996; entrelaçadas com a mão de outra mascote para lembrar o espírito de cooperação, em Athenà e Phèvos nas Olimpíadas de Athenas 2004; cerrada e erguida para demonstrar vibração e êxito, em Wenlock para Londres 2012.

A composição das pernas das mascotes aponta o caminho para interpretações variadas. Abertas em um leve arco querem indicar participação e engajamento, como em Olly, Syd e Millie durante as Olimpíadas de Sydney 2000; juntas apontam para a disciplina do atleta, como em Beibei/Pequim 2008; em movimentos alternados, uma no chão outra no ar, indicam movimento, dinamicidade e competição.



10 – OLLY, SYD & MILLIE – Sydney 2000

A pesquisa aponta ainda para outros elementos constitutivos das mascotes, naquele que estamos chamando de segundo momento, que reforçam sua capacidade de expressão singular-indicial. O sorriso é um desses elementos marcantes e aparece em todas as mascotes de Los Angeles 1984 até Pequim 2008. Também se identificam alguns adereços de grande representação signíca como aqueles que adornam as cabeças das cinco mascotes de Pequim 2008 e que fazem referência aos peixes, às matas, ao fogo, a um animal raro do Tibet (terra) e aos pássaros (ar). Em conjunto, esses sin-signos atendem ao objetivo da organização de promover a integração e amizade (sorriso) entre os povos e o convívio harmônico e sustentável com o planeta.

Antes de concluir, mostra-se necessária uma abordagem destacada dos sin-signos indiciais encarnados pelas mascotes Wenlock e Mandeville para Londres 2012 (figura 11). Se por um lado também se expressem por meio de mãos, braços, pernas e postura geral que sugere movimento e entretenimento, por outro, remetem a um inédito apelo ao futuro e à alta tecnologia. Ao indiciar esse contexto tecnológico, reforçado pela aparência fluída, metalizada e, fundamentalmente, o olho-câmera que caracteriza ambas as personagens, se constrói uma personagem com alta potência futurista. Além do caráter mítico, o olho-câmera quer sugerir o acompanhamento de todas as competições, a atenção redobrada, a cobertura geral do evento, bem como da vigilância em tempo integral dos movimentos dos torcedores para fins de

segurança (aliás, uma evidente preocupação na Europa do século XXI). O olho hiperbólico de Wenlock e Mandeville também emula o fetichismo contemporâneo, que é antes de tudo um fetiche visual (CANEVACCI, 2008), onde tornar-se olho é um caminho possível para apreensão do mundo sensível.

### Os legi-signos simbólicos: a supremacia da cultura

De uma maneira geral, os legi-signos simbólicos estão alinhados com as expressões identificadas na análise dos quali-signos icônicos e dos sin-signos indiciais. Mais do que isso, por se constituírem a partir das convenções estabelecidas social e culturalmente, os legi-signos simbólicos emprestam daquelas duas outras dimensões alguns traços fundamentais para a sua definição.

A escolha predominante de animais para o papel de mascote dos Jogos Olímpicos talvez seja o exemplo mais evidente do diálogo entre as dimensões qualitativo-icônica, singular-indicial e legissimbólica. Se por um lado, um animal pode ser indicial dos costumes de um país, como o tigre HODORI de Seul 1988, por outro, também é sempre simbólico do próprio conceito de mascotes. Ou seja, da ideia geralmente aceita de que todos os animais, mesmo os selvagens, são puros, ingênuos, admiráveis. O processo de humanização cuida ainda de aparar eventuais excessos e torná-los familiares. Os sinais eventualmente bélicos, como garras, presas etc., são retirados ou mesmo atenuados, no sentido de ampliarem a humanização e a familiaridade.

Ampliando a abordagem para incluir, além das figuras dos animais, as personagens de inspiração infantil de Pequim 2008 e as criaturas indefinidas de Atlanta 1996 e de Londres 2012, observa-se que as mascotes expressam variadas representações simbólicas. Por exemplo, os discursos de interesse político, econômico e social do país que organiza os jogos são predominantes em Sam/



Los Angeles 1984, a águia antropomorfizada que encarna o nacionalismo de uma Nação próspera e onipotente. A promoção do evento como um grande espetáculo com inúmeras oportunidades de entretenimento é identificável na vibração multicolorida de Izzy/Atlanta 1996.

Cobi, mascote das Olimpíadas de Barcelona, não poderia ser mais mediterrâneo e catalão. Criação de Javier Mariscal, o cão assumiu conotações próprias da cultura local, com ênfase ao traço central no peito de nítida inspiração em Joan Miró (1893-1983), um dos emblemas da arte catalã (figura 06).

Cabe destaque para uma ação fora do signo-mascote no caso de Wenlock e Mandeville/Londres 2012, circunscrita a uma ação estratégica, mas também simbólica. Pela primeira vez, o Comitê Olímpico lança ao mesmo tempo tanto a mascote dos Jogos Olímpicos (Wenlock) quanto a mascote dos jogos Para-Olímpicos (Mandeville). Como já “nasceram” juntas, até há um borramento no entendimento de suas especificidades e acaba-se por entender que as duas mascotes são das Olimpíadas indistintamente. Na perspectiva simbólica, as mascotes sinalizam um futuro tecnológico, vigilante e fetichista, mas também, igualitário e sem preconceitos, ainda que Mandeville apresente um pequeno sinal em uma das pernas (sinalização da deficiência) tem a mesma dinamicidade de Wenlock e ainda porta um cronômetro em um dos braços, uma alusão inequívoca de performance.

### **A figuratividade e os efeitos de sentido das mascotes olímpicas**

Pode-se dizer que a figuratividade das mascotes olímpicas evoluiu do cão estático à coisa movente. Do simpático salsichinha WALDI, reconhecido como a primeira mascote olímpica oficial, adotada nos Jogos de Munique 1972, até WENLOCK e Mandeville, uma dupla de criaturas indefinidas, mas de grande capacidade de expressão simbólica, es-

colhidas para representar, promover e mobilizar o mundo para os Jogos de Londres 2012.

As mascotes olímpicas, observadas sob a perspectiva da expressividade e da produção de sentido, habitam uma zona de fron-



*A escolha de animais para mascotes exemplifica o diálogo entre as dimensões qualitativo-icônica, singular-indicial e legissimbólica*

teira muito estreita entre o local e o global. Embora criadas para promover diálogos abrangentes e integradores, dentro do conceito de alcance universal dos Jogos Olímpicos, o que se observa é que as mascotes são inspiradas primariamente por aspirações, valores sociais, estéticas dominantes e interesses estratégicos de caráter local. Exceto pelas mascotes de Londres 2012, que introduzem propostas inovadoras de expressividade, sem marcas locais importantes além dos nomes que carregam, todas as demais investem essencialmente no orgulho nacional, adotando discursos globais apenas como forma de se mostrar conectada às demandas do resto do mundo no momento em que os jogos se realizam.

O aparente antagonismo desse aspecto ajuda a explicar o que pode ser chamado de processo de “complexificação” da figuratividade das mascotes dos Jogos Olímpicos. Obrigadas a traduzir narrativas cada vez mais elaboradas, as mascotes foram submetidas a uma metamorfose conceitual em que sua expressão, originalmente mais afetiva, cedeu espaço para apelos mais racionais e cognitivos. Ou seja, suas construções de sentido passaram a combinar, além do sentimento de proximidade que a semelhança sempre promove, também sugestões ou indícios de

natureza comportamental e características ligadas a convenções que demandam interpretação por meio de repertórios específicos.

O desdobramento mais evidente promovido por esse processo de “complexificação” foi o surgimento das mascotes coletivas a partir dos Jogos de Sydney 2000. Nessa nova configuração e, aparentemente, investidas de melhores capacidades expressivas, as mascotes passaram a se apresentar em dupla, trio e até em um surpreendente quinteto batizado de Fuwa, ou bonecos da boa sorte, que emprestaram suas representações sígnicas aos Jogos Olímpicos de Pequim 2008.

### Os animais e suas humanizações

As figuras de animais são as formas mais utilizadas recorrente na criação das mascotes dos Jogos Olímpicos. Cachorro (2), castor, urso, águia, tigre, pássaro, ornitorrinco, equino, além de bonecos com projeções de traços de animais já emprestaram sua expressividade para a promoção dos jogos. Mesmo quando a abordagem criativa investe por outro caminho, como em Atlanta 1996 e Londres 2012, as mascotes assumem contornos que, em muitos aspectos, revelam a inspiração na aparência e no comportamento dos animais. A única exceção entre os onze projetos analisados é mesmo a dupla de mascotes Athenà & Phèvos adotadas nas Olimpíadas de Atenas em 2004 que, com sua forma de bonecos icônicos, quase ídolos, pretendiam fazer a conexão entre os jogos antigos e os atuais e, por isso, seguiam um processo ambíguo de humanização e objetos de adoração.

A preferência ou o apelo freqüente à figura de animais, bem como de suas projeções reconhecíveis em outras formas eventualmente assumidas pelas mascotes, remete às qualidades naturais de que eles (os animais) são portadores. A agilidade e inteligência em alguns casos; a força e resistência em outros; o caráter amistoso e a afetividade instintiva em outros. São essas características que habilitam as mascotes a ganhar vida no imagi-

nário coletivo da sociedade e se viabilizarem como signos facilitadores ou mediadores de todo tipo de interação.

A assimilação de traços físicos e a manifestação de características comportamentais de natureza humana, em especial de crianças, a partir de um determinado momento também passou a influenciar na definição das formas e na expressividade das mascotes olímpicas. Na base dessa tendência para a humanização pode-se identificar não apenas a intenção de domesticar esteticamente a figura dos animais, mas, acima de tudo, um apagamento de diferenças e valorização das semelhanças entre humanos e animais.

O primeiro registro de mascote olímpica humanizada foi o ursinho Misha, adotado nos jogos de Moscou 1980, seguido pela águia Sam, representante de Los Angeles 1984. Diferentes das duas mascotes antecedentes, Misha e Sam abandonaram a postura esperada de um urso ou de uma águia e apresentaram-se eretos, com sugestões muito claras de braços, pernas, bocas, sorrisos e de que poderiam, eventualmente, incorporar sentimentos humanos. Todas as mascotes que se seguiram, inspiradas em figuras de animais ou indefinidas, já foram concebidas com talentos humanos potencializados pela performance de suas representações tridimensionais, em forma de bonecos gigantes, nos ginásios, arenas, estádios e vários outros locais de disputas.

A águia Sam, investida de formas humanizadas bem mais elaboradas que aquelas mostradas pelo ursinho Misha, representa ainda um marco na espetacularização do esporte. De fato, mais que promover a mensagem do nacionalismo americano, que fazia sentido em tempos de Guerra Fria, Sam sinaliza para uma tendência que se tornou modelo a partir daquelas Olimpíadas. Ou seja, as mascotes mestres de cerimônias, anfitriões de uma grande festa. Os sinais disso são evidentes na reverência do braço posicionado atrás do corpo, na empolgação do outro

braço erguido, no movimento sugerido pela perna levantada, no sorriso convidativo que irradia do rosto.

### ● **A figuratividade fluída e tecnológica: caráter rupturista**

Wenlock e Mandeville que foram escolhidos para representar os Jogos Olímpicos e Para-Olímpicos de Londres 2012 introduzem importantes traços constitutivos e de expressividade que, em muitos aspectos, promovem uma ruptura com as demais mascotes. De início, as duas criaturas não podem ser localizadas nem no mundo animal, tampouco no humano. A dupla de aparência mítica, aspecto reforçado pelo que sugere ser um olho único ou câmera no centro da cabeça, se define esteticamente por uma soma improvável de elementos atraídos de diferentes aspectos da vida contemporânea.

Apresentados como criações materializadas a partir de duas gotas do aço utilizado na construção do ginásio olímpico, Wenlock e Mandeville expressam sim os signos esperados e encontrados nas demais mascotes adotadas pelos Jogos nos últimos anos, como os conceitos de espetáculo e esporte. Todavia, mantêm em relação àquelas uma distância impressionante no que diz respeito ao tipo de sentidos gerados. Se as mascotes utilizadas até aqui guardavam um caráter ingênuo, quase infantil, as mascotes de Londres 2012 sugerem uma proposta muito mais funcional e racional, ainda que com muita afetividade.

São dinâmicas, são fluídas e são tecnológicas. E essas duas últimas qualidades significativas até aqui jamais haviam sido exploradas por outras mascotes olímpicas. Evidenciado pela aparência de metal extremamente polido e, acima de tudo, pelo olho-câmera, o apelo tecnológico de Wenlock e de Mandeville se insere no contexto contemporâneo de fetichismo pelo consumo e super valorização das imagens (Debord, 1997). As mascotes exploram o fetichismo de natureza visual (Canevacci, 2008:235) transformando-se

em parte da produção cultural da metrópole comunicacional, como é nitidamente o caso de Londres. Nesse sentido, Londres também se afirma, de antemão, como o lugar da ambigüidade, das imagens tecnológicas, dos visuais inesperados e surpreendentes, da interação em tempo real e, porque, não, da vigilância permanente. Sobre o último aspecto é importante considerar o problema da segurança nos eventos de grande alcance no mundo todo e que está será a primeira olimpíada realizada no coração da Europa depois de 20 anos<sup>5</sup>.

### ● **Considerações finais**

Os Jogos Olímpicos foram criados e se mantêm até os dias de hoje como um evento que promove o espírito coletivo, a educação por meio do esporte, o intercâmbio cultural, a compreensão internacional e a busca pela excelência<sup>6</sup>. No entanto, observamos que as expressões signíficas dos jogos são muito mais reveladoras dos valores sociais da localidade que sedia a competição do que manifestações interculturais e as mascotes materializam isto. Nesse sentido, as mascotes oferecem uma radiografia do mundo no momento em que se realizam, presentificando valores que estão em comum naquele determinado tempo-espço.

Nos últimos quarenta anos, período analisado nesta pesquisa, foi possível evidenciar que as mascotes, manifestamente originárias de antropomorfizações de animais, abriram espaço para criações originais e dinâmicas, reforçando a sua já constitutiva ambigüidade, caso exemplar das mascotes construídas para as olimpíadas de Londres em 2012.

De explorações nitidamente afetivas e emocionais, com criações estáticas, de baixa interação (Waldi/72, Amik/76), as mascotes foram incorporando fatos de vida (Misha/80, Sam/84, Hodori/88, Cobi/92, Izzy/96) e pas-

<sup>5</sup> Essa observação desconsidera os Jogos de Atenas, em 2004, tanto pela localização geográfica (muito ao sul do continente) quanto pela cultura da Grécia, mais identificada com valores e história do Mediterrâneo.

<sup>6</sup> Para saber mais [www.cob.org.br](http://www.cob.org.br)

saram ao coletivo (Olly, Syd, Millie/2000, Athená e Phévos/2004, Fuwa/2008) chegando à exploração das identidades múltiplas e flutuantes da vida na sociedade pós-moderna, centrada na tecnologia e no fetichismo visual da metrópole contemporânea, manifestada na criação de Wenlock & Mandeville/2012. Nesta última criação também a estratégia de divulgação e convívio das mascotes tanto das Olimpíadas quanto das Para-Olimpíadas é uma manifestação da busca pela igualdade, pelo respeito à diferença.

Assim, é notório o quanto uma expressão marcária, como são as mascotes das Olimpíadas, absolutamente efêmeras e limiars, são capazes de revelar os valores sociais compartilhados e vividos pelas pessoas em determinado espaço/sede e tempo.

Relação de figuras apresentadas neste

<b>Figura 01</b>	WALDI	Wandi 1972
<b>Figura 02</b>	AMIK	Montreal 1976
<b>Figura 03</b>	MISHA	Moscou 1980

<b>Figura 04</b>	SAM	Los Angeles 1982
<b>Figura 05</b>	HIDORI	Seul 1988
<b>Figura 06</b>	COBI	Barcelona 1982
<b>Figura 07</b>	IZZY	Atlanta 1996
<b>Figura 08</b>	OLLY, SYD & MILLIE	Sydney 2000
<b>Figura 09</b>	ATHENÀ & PHEVOS	Athenas 2004
<b>Figura 10</b>	HUANHUAN, BEBEL, NGJING, YINGYING, NINI	Pequim 2008
<b>Figura 11</b>	WENLOCK & MONDEVILLE	Londres 2012

(artigo recebido nov.2011/ aprovado set.2012)

## Referências

- BRÉE, Joël. **Los niños, el consumo y el marketing**. Madrid: Paidós, 1995.
- BITTANTI, Matteo. In Mascotte! Selected by Delicatessen. Milano: Happy Books, 2003.
- CANEVACCI, Massimo. **Fetichismos visuais**. Corpos Eróticos e Metrópole Comunicacional. São Paulo: Ateliê, 2008.
- DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FARINA, Modesto, PEREZ, Clotilde & BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. São Paulo: Blucher, 2006.
- MAY, Rollo. **O homem a procura de si mesmo**. São Paulo: Vozes, 2004.
- MONTIGNEAUX, Nicolas. **Público-alvo: crianças**. A força dos personagens e do marketing para falar com o consumidor infantil. Rio de Janeiro: Negócio Editor, 2003.
- PEIRCE, Charles. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1977.
- PEREZ, Clotilde. **Mascotes**. Semiótica da Vida Imaginária. São Paulo: Cengage-Learning, 2011a.
- \_\_\_\_\_. **Universo Signico da China**. Relatório de Pesquisa. São Paulo: Ipsos/BRFoods, 2011b.
- SANTAELLA, Lucia. **Matrizes da Linguagem e Pensamento**: sonora, visual, verbal. São Paulo: Iluminuras- FAPESP, 2005.