

A Matemática e a Propaganda/Publicidade



Por: Helena Sousa Melo
hmelo@uac.pt
Professora Auxiliar
CMATI / Departamento de Matemática
Universidade dos Açores

Poucos sabem que no dia de hoje se comemora o *Dia latino-americano da Propaganda*. Essa data foi escolhida para homenagear a fundação, em 4 de dezembro de 1936, da “Asociación de Jefes de la Propaganda”, em Buenos Aires, Argentina.

A propaganda é um modo próprio de apresentar a informação sobre um dado produto, ou uma marca, ou uma empresa, ou sobre alguma pessoa, quer com caráter comercial ou político, através de uma embalagem, ou de uma imagem, ou de um logótipo – do grego, “*logos*”, quer dizer “significado, conceito” e “*typos*”, quer dizer “símbolo ou figura”, em suma, significa “símbolo visível de um conceito” –, tencionando influenciar o ouvinte e/ou leitor na sua posição em relação a um determinado produto, ou a uma marca, ou a uma empresa ou, até mesmo, a uma pessoa.

Etimologicamente, a palavra “propaganda” deriva do latim *propagare*, que significa “o ato de difundir alguma coisa”, que por sua vez deriva do latim *pangere* que significa “enterrar, mergulhar, plantar”. Por isso, originalmente a propaganda referia-se à prática agrícola de plantio. A sua utilização no sentido atual vem da Inglaterra do século XVIII, inspirada no modo de como, no século anterior, podia-se propagar a fé cristã.

A propaganda possui várias técnicas em conjunto com a publicidade. A publicidade, por sua vez, dedica-se à divulgação pública de ideias associadas aos produtos, às marcas, aos serviços ou às empresas, mais especificamente, à propaganda comercial. O termo “publicidade” deriva da palavra “público”, do latim *publicus*, e significa “o ato de tornar público”.

Alguns estudiosos fazem a diferenciação entre estes dois termos. Para esses, a propaganda é considerada como o anúncio de algo, ou alguém, cuja divulgação é paga, enquanto que a publicidade é a sua comunicação não paga, que pode até ocorrer de forma natural.

Apesar da ligação existente entre a propaganda e a publicidade, elas não são comemoradas no mesmo dia. O Dia do Publicitário é festejado a 1 de fevereiro.

A Matemática está direta e/ou indiretamente relacionada com a Propaganda e/ou Publicidade, quer na sua composição, quer na sua apresentação. E por vezes, a Matemática é até utilizada como fonte de inspiração. Há, por exemplo, um anúncio de um produto de cosmética (vide imagem 1) cuja fonte de inspiração é o código de barra – uma representação gráfica de dados numéricos ou alfanuméricos, cuja leitura é feita por um tipo especial de “scanner” que ao emitir um raio vermelho, percorrendo todas as barras,

permite a sua descodificação pelo computador que converte a informação em letras ou números: as barra preta (absorvem a luz), as barra branca, os espaços, (refletem a luz).

A Geometria é uma das áreas da Matemática que mais está associada com a Propaganda/Publicidade, pois, através das construções geométricas desenvolvemos o sentido estético, o senso de simetria, as habilidades motoras, a criatividade, a inovação, entre outras competências e capacidades, tão essenciais e necessárias para uma boa propaganda/publicidade. Assim, uma aplicação prática e imediata da geometria é a criação de logótipos. Outra aplicação dos conceitos geométricos é na sua composição.

Ao olharmos para um determinado anúncio, facilmente percebemos a utilização das propriedades geométricas das figuras utilizadas, a relação de simetria nas formas, o equilíbrio da composição, etc. Por exemplo, o logótipo de uma empresa holandesa, líder em cuidados com a saúde, iluminação e produtos de consumo e estilo de vida, apresenta uma simetria pontual,



imagem 1

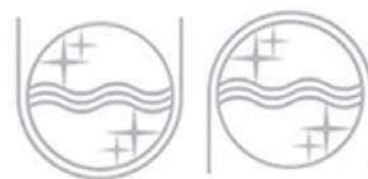


imagem 2

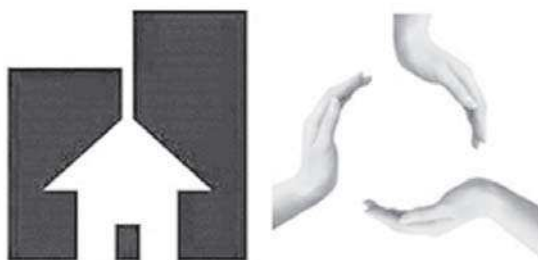
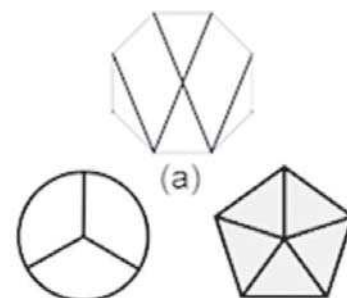


imagem 3



(b) imagem 4 (c)



imagem 5



imagem 6

perme a sua descodificação pelo computador que converte a informação em letras ou números: as barra preta (absorvem a luz), as barra branca, os espaços, (refletem a luz).

Outras imagens associadas a determinados produtos utilizam a ideia da imagem pelo negativo. Com a utilização de formas a preto, conseguimos a ideia de uma casa. O mesmo acontece com as três mãos, com a mesma posição, em sequência circular, utilizando uma simetria pontual, que sugerem a ideia de uma forma esférica. (vide imagem 3)

Nem sempre os logótipos utilizados na composição da propaganda/publicidade são complexos. Algumas marcas populares de automóveis apostam na simplicidade. Observando a imagem 4 temos, no caso (a), o logótipo decorrente de um octógono regular (polígono de oito lados); no caso (b), o logótipo é inspirando na divisão de um círculo em três partes iguais; e no caso (c), o logótipo é a união de cinco triângulos isósceles geometricamente iguais ao redor do centro de um pentágono regular.

Curiosa é a parte da propaganda/publicidade associada a uma marca de café que podemos ver na imagem 5. Essa imagem faz lembrar o “Homem de Vitruvius”, um famoso desenho de Leonardo da Vinci feito por volta de 1490 em um dos seus manuscritos. O desenho original descreve uma figura masculina em duas posições sobrepostas, uma com os braços e as pernas inscritos num círculo e a outra com os braços e as pernas inscritos num quadrado. Quando analisamos melhor o desenho, observamos que a combinação das posições dos braços e das pernas sugerem outras posições diferentes da figura.

A imagem 6 apresenta claramente o envolvimento da Matemática através da representação gráfica de uma situação. Essa é uma das imagens mais comuns, com a evidente aplicação da Matemática, que vemos nos jornais e revistas, ou em outros meios de comunicação.

Em qualquer propaganda/publicidade podemos “sentir” a presença da Matemática, basta apenas descobri-la.