

Discente: Alejandra Alfonso Pérez
Orientadora: Fátima Aparecida dos Santos

**Identidade no espaço urbano:
Um olhar nas cidades de Havana e Brasília.**

Brasília, 2023

ALEJANDRA ALFONSO PÉREZ

Identidade no espaço urbano: Um olhar nas cidades de Havana e Brasília

Trabalho de Dissertação para obtenção do grau
de mestre em Design.

Orientadora: Fátima Aparecida dos Santos

Brasília, 20 de dezembro de 2023.

BANCA EXAMINADORA

FÁTIMA APARECIDA DOS SANTOS

Presidente/Orientador(a) - UnB

REGIANE MIRANDA DE OLIVEIRA NAKAGAWA

Externa à Instituição - UFRB (videoconferência)

DANIELA FAVARO GARROSSINI

Interna - UnB

Ficha catalográfica elaborada automaticamente,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

AA388i Alfonso Pérez, Alejandra
Identidade no espaço urbano: Um olhar nas cidades de
Havana e Brasília. / Alejandra Alfonso Pérez; orientador
Fátima Aparecida Dos Santos . -- Brasília, 2023.
121 p.

Dissertação(Mestrado em Design) -- Universidade de
Brasília, 2023.

1. Identidade nos espaços urbanos. 2. Estudo das cidades
Havana e Brasília. 3. Memória gráfica nas cidades de Havana
e Brasília. 4. Abordagem semiótica do design nas cidades de
Havana e Brasília (Semiótica do discurso e semiótica da
cultura). I. Dos Santos , Fátima Aparecida, orient. II.
Título.

Resumo

A pesquisa dialoga com o conceito de identidade no espaço urbano, desde o olhar do design gráfico nas cidades de Havana e Brasília. A relação entre o design gráfico e a cidade pode ser analisada desde várias perspectivas, aqui a abordarei sob o ponto de vista da criação de um produto de design, da influência dos fenômenos culturais no estilo gráfico e do lugar do imaginário urbano nos processos criativos. Será construída uma leitura com viés semiótico sobre o contexto urbano para entender como funciona a cadeia de comunicação entre espaço, designer e sociedade na linha de criação profissional do design gráfico. Proponho a análise de soluções gráficas das duas cidades, como forma de estabelecer um paralelo entre o jeito de entender o design e a comunicação dentro das cidades. Além da coleta de trabalhos profissionais, proponho a criação de uma pasta fotográfica, com referências às duas cidades, para comparar assim semelhanças e diferenças na visualidade local. A relevância desta pesquisa radica na possibilidade de entender como o design gráfico, através da semiótica, pode ser a voz de um estilo, de uma lógica comunicativa que define não só uma simples visualidade, mas sim uma forma de enxergar o mundo marcado pelo contexto urbano.

Palavras chaves: Cidade, Identidade, Memória gráfica, Discurso gráfico.

Abstract

This research explores the concept of identity in urban spaces, focusing on the perspective of graphic design in the cities of Havana and Brasília. The relationship between graphic design and the city can be analyzed from various angles. In this study, I will approach it from the viewpoint of creating a design product, considering the influence of cultural phenomena on graphic style, and exploring the role of urban imagination in creative processes. A semiotic analysis of the urban context will be conducted to understand the communication chain among space, designer, and society in the professional practice of graphic design. The research aims to analyze graphic solutions in both cities, establishing a parallel between their approaches to design and communication within urban environments. In addition to gathering professional works, a photographic portfolio will be created, referencing both cities, allowing for comparisons of similarities and differences in local visual aesthetics. The significance of this project lies in the opportunity to comprehend how graphic design, through semiotics, can serve as the voice of a style, representing a communicative logic that defines not merely a visual identity but also a way of perceiving the world shaped by urban contexts.

Keywords: City, Identity, Graphic Memory, Graphic Discourse.

SUMÁRIO

Listado de Imagens	6
Introdução	8
Problema	
Objetivos	
Metodología.....	
Fundamentação teórica	
Capítulo 1: Revisão de literatura	17
Definições de identidade	
Identidade Pessoal	
Identidade Social	
Identidade Organizacional	
Identidade Coletiva	
Multiculturalismo	
Identidade Visual	
Identidade territorial	
Definições de contexto	
Territorio	
Cidade	
Imaginarios urbanos	
Discurso Gráfico	
Memória gráfica	
Capítulo 2: Duas cidades, design e identidade	35
Havana: cidade de tradições	
História do design gráfico em Havana	
Conhecendo a cidade de Havana	
Memoria Gráfica de Havana	
Imaginarios Urbanos de Havana	
Cidade e design, uma síntese do cotidiano por meio da sinalização das ruas	
Brasília: cidade planejada	
História do design gráfico em Brasília	
Conhecendo a cidade de Brasília	
Memória Gráfica de Brasília	
Imaginarios Urbanos de Brasília	
Cidade e design, uma síntese do cotidiano por meio da sinalização das ruas	
Capítulo 3: Abordagem semiótica do problema	82
Trajetória gerativa aplicada na gráfica	
Proposta de Quadrado Semiótico	

Uma aproximação à semiosfera através da identidade visual	
Capítulo 4: Identidade como transcendência histórica e social	99
Considerações finais	
Conclusões	
Bibliografia	106
Anexos	108

Listado de Imagens

Imagem 1: Trajetória Gerativa.

Imagem 2: Quadrado semiótico.

Imagem 3: Capa da revista Bohemia. 1929. Autor: Conrado W. Massaguer.

Imagem 4: Capa da revista Bohemia. Autor: Enrique García Cabrera.

Imagem 5: Capa da revista Social. 1928. Autor: Conrado W. Massaguer.

Imagem 6: Capa da revista Social. 1926. Autor: Conrado W. Massaguer.

Imagem 7: Capa da revista Carteles, 1932. Autor: Enrique García Cabrera.

Imagem 8: Capa da revista Carteles, 1935. Autor: Rodríguez Radillo.

Imagem 9: Cartazes publicitários cubanos, Rum Matusalém.

Imagem 10: Cartazes publicitários cubanos, Rum Bacardi.

Imagem 11: Cartazes publicitários cubanos, Rum Santa Cruz.

Imagem 12: A arquitetura em Havana, O Colégio Seminário de San Carlos. É uma instituição de estudos superiores da Igreja Católica que estava localizada no centro histórico de Havana. Tem sido considerado por especialistas e arquitetos como um dos mais importantes do período colonial, não apenas porque alguns dos mais prestigiados intelectuais cubanos foram educados aqui, mas também porque sua arquitetura introduz elementos inovadores para sua época.

Imagem 13: A arquitetura em Havana, A catedral de Havana. É um templo católico localizado no coração da Velha Havana, na parte mais antiga da cidade, declarada Patrimônio Mundial pela UNESCO em 1982 e é dedicada à Virgem Maria da Imaculada Conceição.

Imagem 14: A arquitetura em Havana, O Colégio Seminário de San Carlos (Interior).

Imagem 15: A arquitetura em Havana, O Palácio do Marquês de Arcos(Fachada).Localizado no lado leste da Praça da Catedral, foi a morada da família do Marquês de Arcos até o início do século XIX. Construído entre 1741 e 1746, é considerado o edifício mais notável da praça e uma obra de valor excepcional em seu tempo.

Imagem 16: A arquitetura em Havana, O Edifício Bacardi (1930). É um dos maiores edifícios de Havana e o melhor exemplo da Art Deco. Localizado em uma pequena colina com vista para a entrada da Baía de Havana

Imagem 17: A arquitetura em Havana, O Hotel Nacional de Cuba. Considerado emblemático da indústria hoteleira cubana, está localizado em uma colina a poucos metros do mar, na área mais central de Havana. Este hotel recebeu o status de Monumento Nacional, assim como o de Hotel Museu, declarado em 2001.

Imagem 18:A arquitetura em Havana, O edifício López Serrano. É inspirado nos grandes arranha-céus de Nova York, como o Empire State Building e o Rockefeller Center. Foi projetado na década de 1930 como um edifício residencial para a classe rica de Havana.

Imagem 19:Exposição de cartazes, projeto CartelOn.

Imagem 20: Seleção de pôsteres cubanos.

Imagem 21: Rum Cubano, Legendario.

Imagem 22: Rum Cubano, Havana Club.

- Imagem 23:** Rum Cubano, Santiago de Cuba.
- Imagem 24:** Etiquetas de charutos cubanos, Petit Robustos.
- Imagem 25:** Etiquetas de charutos cubanos, Variedade.
- Imagem 26:** Fotografia de bandeiras cubanas.
- Imagem 27:** Identificação das ruas de Havana 1, Obispo.
- Imagem 28:** Identificação das ruas de Havana 1, Picota.
- Imagem 29:** Identificação das ruas de Havana 2, Avenida de los Presidentes e 19.
- Imagem 30:** Identificação das ruas de Havana 2, Salvador Allende e Pozos Dulces.
- Imagem 31:** Identificação das ruas de Havana 3, Entrada de Obispo.
- Imagem 32:** Arquitetura em Brasília 1, Palácio de Alvorada.
- Imagem 33:** Arquitetura em Brasília 1, Palácio do Planalto.
- Imagem 34:** Arquitetura em Brasília 1, Catedral de Brasília.
- Imagem 35:** Uma cidade de curvas 1, Eixo Monumental
- Imagem 36:** Uma cidade de curvas 1, Ponte JK.
- Imagem 37:** Eixão e tesourinhas.
- Imagem 38:** Revista Senhor, Primeira edição, 1959
- Imagem 39:** Revista Senhor, 6ta edição, 1959
- Imagem 40:** Revista Realidade, Primeira edição, 1966
- Imagem 41:** Revista Realidade, 1971, No. 67.
- Imagem 42:** Azulejos de Athos Bulcão.
- Imagem 43:** As cores de Brasília, Caminho aleatório.
- Imagem 44:** As cores de Brasília, Parque de Águas Claras.
- Imagem 45:** Sinalização das ruas 1. Crédito: Carlos Vieira/CB/D.A Press.
- Imagem 46:** Sinalização das ruas 2, Quadras 107-307.
- Imagem 47:** Sinalização das ruas 2, Bairros.
- Imagem 48:** Sinalização das ruas 3.
- Imagem 49:** Sinalização das ruas 3.
- Imagem 50:** Posters cubanos, Besos robados.
- Imagem 51:** Pósters cubanos, Hara Kiri.
- Imagem 52:** Posters cubanos, Niños desaparecidos.
- Imagem 53:** 47 Festival de Brasília de Cinema Brasileiro. Fonte:
- Imagem 54:** 50 Festival de Brasília de Cinema Brasileiro.
- Imagem 55:** 52 Festival de Brasília de Cinema Brasileiro.
- Imagem 56:** 53 Festival de Brasília de Cinema Brasileiro.
- Imagem 57:** 54 Festival de Brasília de Cinema Brasileiro.
- Imagem 58:** Nova Proposta de Quadrado Semiótico.
- Imagem 59:** Paralelo entre as identidades de Havana e Brasília.

INTRODUÇÃO

O conceito de identidade nunca foi unânime entre os acadêmicos. Psicólogos, sociólogos, historiadores, antropólogos, filósofos, têm discutido o termo para atingir um conceito que resolva questões de cada uma das áreas do conhecimento. Na presente pesquisa estuda-se o conceito de identidade sob a perspectiva do design gráfico e sua repercussão na sociedade e na produção nacional.

A cidade, o contexto social, político e tecnológico são fatores que determinam e influenciam na maneira de fazer design. Partindo dessa abordagem, nesta pesquisa pretende-se estabelecer uma comparação entre as cidades de Havana e Brasília. O percurso deste documento poderá esclarecer conceitos-chaves na análise do espaço urbano em que se desenvolve um produto de design e seu papel na criação de uma assinatura própria de cidade.

A dinâmica das cidades, como elas marcam um modo de pensar e de viver, é uma temática que sempre me fez refletir. Eu tive a oportunidade aos 16 anos, de abrir meus horizontes e sair da minha zona de conforto em Havana, e morar por 3 anos em Brasília, uma cidade totalmente diferente, moderna, com até uma língua que eu não dominava. Nessa experiência percebi que aquilo que nos define acompanha nosso ser aonde quer que vamos. Anos seguintes, logo depois de minha formatura em Design de Comunicação Visual na Universidade de Havana, me interessei por questões relacionadas com a identidade, especialmente a identidade como reflexo da sociedade e do contexto urbano. Minha experiência de vida tem traçado um caminho que motiva meu interesse no estudo dos espaços como catalisadores de mensagens e portadores de uma essência de povo, que é, ao mesmo tempo, disseminada nos diversos que-fazeres profissionais.

Nesta pesquisa pretende-se uma abordagem do conceito de identidade sobre a perspectiva do design gráfico como uma forma de representar a criação de um estilo marcado pelo contexto urbano. Muitas vezes acontece que ao viajar, percebemos o novo contexto como um todo interconectado, mesmo com matizes diversas, o ar (metaforicamente falando) é o mesmo e as coisas que ali são criadas têm uma lógica semelhante. A ideia desta pesquisa é entender como funcionam os imaginários urbanos (SILVA, 2001) para entender os processos criativos nas

idades de Havana e Brasília, desde um paralelo que permita analisar os contextos como portadores de uma assinatura própria de cidade.

Tenho como objetivo geral analisar as relações entre contexto urbano e memória gráfica, para conceituar o termo identidade aplicado à criação de uma assinatura de cidade. E assim, estudar os conceitos de identidade, contexto urbano e discurso gráfico; focalizados na perspectiva da área de design gráfico. Dentro do escopo retorno ao conceito de imaginário urbano de Armando Silva para estudar as cidades de Havana e Brasília.

Analiso a produção de design gráfico em Havana e Brasília, desde um paralelo que aborda a história do design gráfico nas duas cidades, a tecnologia disponível, as características particulares de cada um dos contextos e suas semelhanças e diferenças.

E por fim, procuro identificar os fatores que intervêm no processo de formação da essência das cidades e seu reflexo na área do design gráfico.

Para o desenvolvimento da pesquisa defino uma metodologia que abrange várias etapas, caracterizadas por ser predominantemente qualitativa, do tipo descritiva-interpretativa. O documento de pesquisa consiste, primeiramente, numa revisão bibliográfica dos conceitos envolvidos no tema de pesquisa; com um aprofundamento na relação desses conceitos na área de design gráfico. A revisão bibliográfica da atual pesquisa envolve a leitura de artigos e livros, para chegar numa seleção dos autores mais relevantes, resumos das principais ideias e reflexões, com o objetivo de encontrar as conexões entre os conceitos identidade, espaço urbano, discurso gráfico e sua influência na área de design. Os autores que guiam a pesquisa estão vinculados a cada uma das vertentes do objeto de estudo. Portanto, para entender o conceito de identidade se toma como referência o sociólogo Manuel Castells, quem na trilogia “A Era da Informação”, traz materiais muito importantes para o embasamento teórico desta pesquisa, assim, se toma como ferramenta principal o livro “O poder da identidade”, volume dois da citada trilogia. No caso do conceito cidade, se estuda o livro “O Direito à cidade”, de Henri Lefebvre, onde o autor define estratégias e teses fundamentais para entender o funcionamento das cidades como um todo. Por último, mas não menos importante, se estuda o livro “Imaginários urbanos”, de Armando Silva, para adentrar-nos em uma pesquisa que tem analisado cidades de todo o mundo. (SILVA, 2001)

Este trabalho de pesquisa está dividido em várias etapas com o objetivo de organizar a construção do conceito de identidade, mas respeitando uma ordem lógica, na qual um decorre do seu anterior.

Para começar o aprofundamento do problema de pesquisa, no Capítulo 1 se estuda o conceito de identidade desde sua base, a partir dos autores clássicos da sociologia e da psicologia social. O segundo passo consiste em definir o conceito de identidade na atualidade e como ele é entendido no design gráfico. A abordagem do conceito de identidade na área do design, traz à luz um outro conceito a ser definido, trata-se do conceito de discurso gráfico. Logo, e como conclusão a esta primeira parte, será estabelecida a conexão entre os termos identidade e discurso gráfico, como passo inicial para situar a pesquisa no espaço urbano. Outro ponto importante a ser definido, neste primeiro capítulo, tem como foco principal a abordagem do contexto como cenário da atuação profissional do designer, e como este influi nos produtos e nos processos criativos. Por tanto, no capítulo será definido também o conceito de espaço urbano desde a interpretação do conceito de cidade, além de definir como são estruturados esses espaços urbanos. Também será analisado e definido neste momento da pesquisa, os conceitos de imaginários urbanos, abordados por Armando Silva; e partindo dessa linha de investigação, dar passo aos dois capítulos seguintes que abordam as cidades Havana e Brasília, como referências e objeto de estudo de contextos urbanos diferentes.

De tal forma o capítulo 2 da dissertação, abordará dois contextos, mas como ordem de pensamentos similar. Portanto, no estudo das duas cidades será traçada uma estrutura de perguntas, que permita estabelecer um paralelo entre as duas cidades como modo de resposta ao problema de pesquisa que dá vida a esta investigação. Assim, os temas a ser estudados para cada cidade são: história do design gráfico nesse contexto, breve descrição e análise da cidade com aspectos como arquitetura, economia, geografia, memória gráfica e imaginários urbanos vinculados a essa cidade. Também, na análise de cada uma das cidades serão abordados projetos de design gráfico, de alto impacto, para dar vida ao conceito de discurso gráfico abordado no primeiro capítulo.

O capítulo 3, traz uma discussão do problema de pesquisa com base nos postulados da semiótica do discurso de Greimas, uma apropriação do quadrado semiótico para entender os conceitos de cidade e urbano, e por último uma aproximação do conceito de semiosfera com a produção gráfica das cidades. As análises abordadas neste capítulo pretendem entrelaçar os conceitos estudados e mostrar ao mesmo tempo que a semiótica pode ser o caminho para entender, explicar e estudar a comunicação dentro das cidades. No decorrer deste capítulo podemos observar uma análise de peças gráficas nas três abordagens propostas, porque

buscamos por meio de exemplos da produção no design, entender e decodificar a cadeia de comunicação que se estabelece nas duas cidades.

A conclusão da pesquisa está descrita no capítulo 4 da dissertação. Como última parte da investigação pretende relacionar os conceitos de identidade e espaço urbano, sendo neste momento esclarecida a linha que propõe a existência de uma assinatura própria de cidade no processo da análise dos contextos. Portanto, também no ponto de conclusão da pesquisa, discutiremos sobre o papel da semiótica no processo de mediação entre as cidades e o fazer do design gráfico. Para concluir a pesquisa buscamos dar respostas precisas que definam o objetivo geral da investigação e os resultados obtidos com a pesquisa.

Fundamentação teórica

A semiótica constitui o estudo dos sistemas e dos processos sígnicos na cultura e na natureza; estuda as formas, os tipos, os sistemas de signos e os efeitos do uso dos signos, sinais, indícios, sintomas ou símbolos (SANTAELLA, 2017, p. 7). Portanto, a apropriação dos postulados semióticos para esta investigação, representa um ponto de apoio na hipótese apresentada no problema de pesquisa. Ao associar os conceitos envolvidos (identidade, cidade, memória gráfica) com o discurso semiótico, percebemos que existem importantes pontos de contato. Portanto, resulta muito pertinente a criação de um roteiro que aproveite os postulados semióticos como caminho para entender a mediação entre design gráfico e contexto urbano.

Para a discussão teórica do problema, escolhemos seguir pela linha da semiótica estruturalista greimasiana. Desse modo, entendemos e defendemos a semiótica como uma “teoria de significações”, que “somente se torna operacional quando situa sua análise em níveis tanto acima como abaixo do signo” (GREIMAS & COURTÉS, 1979, p. 339, 177).

Algirdas Julien Greimas, trabalha com a significação como conceito-chave na proposta semiótica de análise do discurso, sendo que a totalidade de significações constitui o universo semântico. Na sua abordagem teórica estabelece uma separação entre os termos significação e sentido, entendendo este último como “aquilo que é anterior à produção semiótica” e a significação como “o sentido articulado” (GREIMAS & COURTÉS, 1979, p. 352).

O desenvolvimento de uma semântica estrutural, levou a Greimas a um novo modelo semiótico de constituição do discurso, definido como trajetória gerativa. Assim, tomando este caminho como referência começaremos a discussão sobre a produção gráfica nas duas cidades. Portanto, estabelecemos primeiramente que o modelo gerativo de semiótica tem como objetivo explicar a geração de discursos de qualquer sistema semiótico. Greimas dividiu este modelo semiótico em três "áreas gerais autônomas", as quais são chamadas de: estruturas sêmio-narrativas, estruturas discursivas e estruturas textuais (GREIMAS & COURTÉS, 1979, p. 157-160).

Imagem 1. Trajetória Gerativa.

	Componente Sintático		Componente Semântico
Estruturas Semióticas e Narrativas	Nível profundo	Sintaxe fundamental	Semântica fundamental
	Nível superficial	Sintaxe narrativa de superfície	Semântica narrativa
Estruturas Discursivas	Sintaxe discursiva		Semântica discursiva

Fonte: Greimas & Courtés, 1979, p.160.

As estruturas semio-narrativas, descrevem uma competência semiótica de combinar estruturas semânticas e sintáticas com base em uma gramática estrutural do discurso, comparável à língua em Saussure. Segundo o autor, a língua é abordada por meio de um sistema de signos que exprimem ideias e é comparável à escrita, ao alfabeto dos surdos-mudos, aos ritos simbólicos, às formas de polidez, aos sinais militares, etc. (Saussure, 1916, p.24).

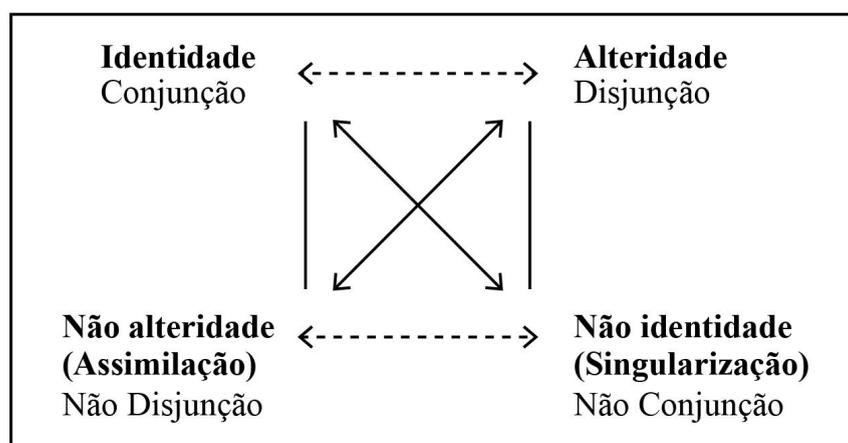
No nível profundo encontram-se a semântica e a sintaxe fundamental. A primeira refere-se à estrutura onde aparece o tema global, a significação simbólica de uma narrativa, articuladas em oposições semânticas por meio de relações lógicas elementares, tais oposições semânticas podem ser compreendidas por meio de um esquema gráfico ou modelo nomeado como

quadrado semiótico, muito presente entre os autores que discutem semiótica discursiva, semiótica visual e sociosemiótica. O quadrado semiótico é construído com base nas oposições semânticas e relações e acaba por revelar as dinâmicas e intencionalidades dos enunciatários de um dado discurso, seja ele gráfico, verbal, etc. Por outro lado, a sintaxe fundamental é inspirada pelo modelo de sequências narrativas e consiste de constelações actanciais básicas e ainda abstratas da narrativa.

A semântica narrativa do nível superficial é o domínio da atualização de valores semântico selecionados da estrutura profunda e conferidos aos atores da narrativa superficial. Greimas e Courtés, distinguem entre valores descritivos e modais. (GREIMAS & COURTÉS, 1979, p. 414).

O segundo ponto de discussão pretende compreender a relação entre os conceitos de identidade e cidade e, para tanto, esquematizar tais relações utilizando o modelo do quadrado semiótico de modo a produzir um esquema gráfico com o qual seja possível acessar os discursos de tal espaço. Para Greimas e Courtés (2007, p. 265) se entende por quadrado semiótico a representação visual da articulação lógica de uma categoria semântica qualquer. Greimas e Courtés afirmam (op. cit) que a estrutura elementar da significação, quando é definida, num primeiro momento, como uma relação de pelo menos dois termos, é baseada somente em uma distinção de oposição que caracteriza o par paradigmático da linguagem. Neste ponto da análise, discutiremos sobre o papel do oposto na criação de uma identidade local e sua repercussão no design gráfico.

Imagem 2. Quadrado semiótico.



Fonte: Pietroforte, 2008

O universo semântico está formado pela totalidade de significações, sendo este o conceito-chave na Semiótica de Greimas. Assim, o ponto de partida da semântica estrutural do projeto semiótico greimasiano, é sua definição de estrutura, na qual se dá prioridade às relações ao contrário dos elementos, já que as diferenças (que também são relações) entre elementos, constituem uma estrutura. De tal forma podemos definir que, no universo semiótico de Greimas, não existem significações como elementos autônomos, mas somente por relações opositivas. Por isso, a origem da significação é definida como uma relação elementar constituída pela diferença entre dois termos semânticos.

Na pesquisa propõe-se, uma apropriação do quadrado semiótico de Greimas para trazer um novo ponto de reflexão, onde possam ser analisadas as relações de oposição entre o urbano como realidade física, e a cidade como transcendência imaginária, onde um elemento depende do outro para sua existência. Tal relação de oposição será analisada e discutida com ajuda do modelo do quadrado semiótico no capítulo 3 desta pesquisa que aborda uma análise semiótica do problema com base em exemplos gráficos.

Mas afinal, por que a semiótica greimasiana e a proposição de um modelo gráfico como representação do discurso pode ser um caminho para analisar as cidades? Ao pensar nesse questionamento, entendi que existem diversos motivos para entender as cidades desde esta perspectiva.

O quadrado semiótico oferece uma estrutura analítica para examinar as relações semânticas entre os elementos na cidade. Permite explorar as oposições, contradições e complementaridades nos significados associados aos espaços urbanos, edifícios, símbolos e rituais.

As cidades frequentemente apresentam dualidades como riqueza/pobreza, moderno/tradicional, privado/público, entre outras. O quadrado semiótico pode ajudar a entender e analisar essas dualidades, proporcionando caminhos sobre como elas são percebidas e interpretadas por seus habitantes.

A aplicação do modelo do quadrado semiótico pode ajudar a identificar contradições nos discursos e significados associados aos espaços urbanos. Isso é especialmente relevante

quando há tensões sociais ou políticas na cidade, pois permite analisar as discrepâncias nas interpretações dos diversos grupos.

Por outro lado, compreender as relações semióticas na cidade pode informar o planejamento urbano. Os designers podem projetar espaços públicos e infraestruturas levando em conta as complexidades dos significados associados aos locais urbanos, promovendo assim um ambiente que respeita e reflete a semiosfera local.

Para o turismo, a compreensão dos significados urbanos é crucial. A semiótica do discurso pode ajudar na análise das atrações turísticas, permitindo que sejam apresentadas aos visitantes de uma forma que respeite e honre os significados culturais locais, proporcionando experiências mais autênticas aos visitantes.

O modelo pode ser usado para criar narrativas sobre a cidade. Ao entender as relações semióticas, é possível contar histórias sobre os diferentes aspectos da cidade, desde sua história e cultura até seus desafios e potenciais, contribuindo para uma compreensão mais completa da cidade como um sistema simbólico.

Ao analisar a geração de significados urbanos a partir da semiótica discursiva, é possível pensar o diálogo entre diferentes grupos na cidade. Compreender as perspectivas e interpretações de cada grupo pode facilitar a participação cidadã no processo de planejamento urbano, ajudando a criar cidades mais inclusivas e equitativas.

Em resumo, acreditamos que os aspectos semióticos propostos por Greimas oferecem uma estrutura conceitual robusta para analisar os significados na cidade, permitindo uma compreensão mais profunda das complexidades e nuances dos espaços urbanos e das interações sociais que ocorrem dentro deles. Isso, por sua vez, pode informar políticas urbanas mais sensíveis, promovendo cidades mais inclusivas e culturalmente ricas.

O terceiro ponto de análise semiótico, traz a debate as teorias sobre a semiosfera e semiótica da cultura de Iúri Lotman. O semioticista de Tartu, entende a semiosfera como o contexto cultural da comunicação. Assim, Lotman argumenta: “A humanidade, imersa em seu espaço cultural, sempre cria em torno de si uma esfera espacial organizada; esta esfera inclui tanto ideias e modelos semióticos, e atividade recreativa das pessoas”. (LOTMAN, 1990)

Portanto, entender o espaço urbano desde uma visão que aborda a existência de uma semiosfera como resultado do espaço semiótico constitui um passo superior no entendimento do processo de comunicação entre designer e cidade.

Para apresentar a pesquisa e ao mesmo tempo refletir sobre o papel da cidade na formação de identidades, dividimos o texto em vários capítulos, que se entrelaçam entre si e pretendem guiar o leitor no entendimento do tema proposto. De tal forma, o primeiro capítulo consiste numa revisão bibliográfica dos conceitos envolvidos na pesquisa, sendo eles divididos em tópicos principais como: identidade, memória gráfica, imaginários urbanos e cidade. No capítulo 2, mostramos uma análise das duas cidades, onde apresentamos cada uma delas, suas características e peculiaridades, e ao mesmo tempo conectamos esses contextos urbanos com a produção visual local. O capítulo 3 traz uma abordagem semiótica do problema de pesquisa. Neste ponto propomos uma análise do objeto de estudo desde a perspectiva da semiótica estruturalista de Greimas, com a aplicação do esquema do quadrado semiótico e da estrutura da Trajetória Gerativa na cidade e no design respectivamente, e por último uma abordagem também do papel da semiosfera dentro do processo de formação da essência das cidades. O capítulo 4 traz um resumo da pesquisa e pretende estabelecer conclusões e conexões entre os elementos analisados: as duas cidades, conceitos-chaves, e sua repercussão no design gráfico; e ao mesmo tempo refletir sobre uma proposta de análise das cidades como um todo que entrelaçam conceitos e fazem parte da formação de uma identidade no espaço urbano.

CAPÍTULO 1

Revisão de literatura

A revisão dos conceitos envolvidos na pesquisa constitui um passo importante de aproximação no problema apresentado nesta pesquisa. A revisão foi dividida em três secções para fechar em cada uma delas os três conceitos chaves da pesquisa, sendo eles: identidade, contexto urbano e discurso gráfico.

1 Definições de Identidade

As primeiras leituras realizadas se encaminharam no entendimento do conceito identidade, como a chave que permite a entrada no universo dos espaços urbanos. O termo começou a ser usado no final da década de 60, onde por causa dos movimentos sociais começou a ser gestada a ideia de uma identidade que agrupasse os iguais e ao mesmo tempo os distanciara da imagem do operário padrão, visto como trabalhador branco, masculino, americano e sindicalizado.

Os movimentos sociais, constituíram-se assim em torno de uma ideia que permitisse aos indivíduos instituir uma autonomia de suas identidades diante de suas determinações sociais e das regras racionais, reivindicando o sentido de suas experiências tal como vivenciadas em práticas específicas de atribuição de significado. (MENESES, 2009).

No decorrer da formação do conceito, destacam-se três características essenciais. Em primeiro lugar, a identidade não pode ser vista como um atributo inato do indivíduo, relacionado à sua constituição genética; mas sim como uma construção social (COOLEY, 1964). Portanto, o lugar da sociedade e do espaço urbano se torna o fator primordial na criação da identidade e podemos defini-la ao mesmo tempo como uma construção da cultura devido ao caráter inseparável de ambos os termos. Outra característica fundamental para entender o conceito de identidade é seu valor relacional, dado por sua capacidade de existência somente através do outro; ou seja, nenhum indivíduo pode ter sua identidade definida por si mesmo, e o “eu” então não pode ser construído a não ser em interação com outros indivíduos (WHETTEN e GODFREY, 1998). Assim a identidade é formada dialeticamente entre indivíduo e sociedade sendo mutável em boa medida inconscientemente,

num processo que inclui a identificação própria e a identificação reconhecida por outros. Além disso, entenda-se também que a identidade é constituída por oposição, porém representa um meio de diferenciação na sociedade. O terceiro ponto que marca a definição do conceito, trata do seu caráter de continuidade, ou seja, a identidade tem como propósito enraizar e/ou prender o indivíduo em seu círculo social, ao mesmo tempo em que faz com que as tradições sejam passadas aos novos integrantes do grupo.

Para focalizar o conceito então, num primeiro momento define-se a categoria de identidade pessoal ligada à uma construção individual do conceito de si mesmo, em constante troca com o outro. Portanto, é definido como ponto de partida que toda e qualquer identidade é construída.

Para o sociólogo Manuel Castells, a identidade é compreendida como fonte de significado e experiências, porém a construção de identidades vale-se da matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias pessoais, pelos aparatos de poder e revelações de cunho religioso. Todos esses materiais são processados pelos indivíduos, grupos sociais e sociedades, que organizam seu significado em função de tendências sociais e projetos culturais enraizados em sua estrutura social, bem como em sua visão tempo/espaço.

Sobre a construção da identidade na sociedade, Castells entende que está dada, principalmente por um processo de construção de significado com base em um atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais interrelacionados que prevalecem sobre outras fontes de significado (CASTELLS, 2008, p. 22). Portanto, identidade e cultura são dois termos inseparáveis, desde que um se nutra do outro para sua existência, porém entender a relação desse ponto de contato, constitui um degrau no caminho que leva à mediação entre produção gráfica e contexto urbano.

O processo de formação da identidade passa por uma gama de sentimentos e decisões racionais e irracionais na escolha das apostas pessoais que o sujeito faz para sua identificação. A subjetividade sugere a compreensão que temos sobre o nosso eu. É ela que permite explicar o motivo de um sujeito se apegar a uma identidade peculiar. As posições que assumimos e com as quais nos identificamos constituem nossa identidade. A subjetividade inclui as dimensões inconscientes do eu, o que implica a existência de contradições

(WOODWARD, 2014). Os aspectos contraditórios que surgem no processo de formação e construção da identidade serão analisados no quarto capítulo da pesquisa, onde o entendimento dos processos identificativos através do pensamento semiótico traz à luz um ponto de vista que pretende estabelecer uma lógica de significação para diversos produtos dentro de contextos urbanos semelhantes ou não.

A continuação será feito um levantamento sobre as principais acepções encontradas do conceito identidade, como forma de entender o papel que tem exercido o termo tanto em pesquisas anteriores como na forma de pensar de alguns pesquisadores.

1.1 Identidade Pessoal

O estudo da identidade pessoal envolve a construção individual do conceito de si e das orientações que o indivíduo dá à sua vida. Porém, por meio deste conceito será possível identificar ao indivíduo como sempre idêntico a si mesmo (e conseqüentemente diferente dos demais), além das características que mostram as diferenças que pode ir adquirindo ao longo do tempo, as metamorfoses que vive e que neste caso podem aproximá-lo ou afastá-lo de seus pares.

Então, no processo de identificação individual, a percepção de si mesmo, torna-se uma projeção na sociedade que se encontra em constante formação e transformação, mas que ao mesmo tempo mantém um estilo constante, algo pessoal que o indivíduo reconstrói através de suas vivências. Tal fato, pode marcar o modo de fazer e ser do próprio indivíduo, que se reflete na sua produção profissional.

O processo de construção da identidade, é definido pela intermediação constante das identidades assumidas e das identidades visadas (DUBAR, 1996), e nesse espaço de mediação acontecem e são processadas as interações sociais que por meio da participação do outro define a construção da própria identidade. Assim, a formação do conceito de si é inseparável também do sentimento de continuidade temporal, onde a memória exerce um papel muito importante. A partir dos múltiplos mundos classificados, ordenados e nominados na memória, segundo a lógica do indivíduo e de sua categorização social, que consiste em reunir o que se parece e separar o que difere, o indivíduo vai construir sua própria identidade (CANDAUI, 1998). Portanto, pensar na alteridade como fator fundamental para a autodefinição resulta em

um tema muito relevante, porque o indivíduo como ser social não pode pensar na construção de uma identidade sem conhecer o que é diferente dele, sem reconhecer o outro como forma de aceitação do eu.

A definição do conceito de si mesmo, é portanto, uma construção complexa devido ao caráter contraditório de sua conformação; ou seja, embora para a definição da identidade se considere o indivíduo igual a seus pares, ao mesmo tempo ele deve ser compreendido como único na sua existência, na sua experiência e vivência pessoal. Então, uma identidade bem construída, é aquela que estabelece os limites entre a individualidade e o grupo, sendo que, mesmo que física e contextualmente, o indivíduo não pode ser separado do grupo, no nível psicológico ambos têm uma linha que os delimita, constituindo assim uma identidade social.

O conceito de identidade pessoal marca um caminho no funcionamento dos espaços urbanos, sendo assim possível entender como se consolidam as identidades dentro de uma cidade. Por exemplo, no caso de Havana encontramos indivíduos bem instalados na cidade, com raízes fortes e profundas e portanto, com um laço de identificação com seu entorno muito consolidado. Porém, no caso de Brasília, este processo de identificação está ainda em formação, pois uma cidade nova, com uma herança cultural trazida de outras regiões, ainda tem uma identidade incipiente e em busca de sua autenticidade. Todo este processo de identificação, de reconhecimento e herança cultural passa pelo filtro da sociedade na qual está inserida, assim nos adentramos então no conceito de identidade social para entender este fenômeno.

1.2 Identidade social

Para muitos pesquisadores, a identidade social é entendida como “a representação que um indivíduo dá a si mesmo por pertencer a um grupo” (WHETTEN e GODFREY, 1998). Tal representação envolve a relação e interação surgida dos fatores psicológicos e sociais que caracterizam e definem o grupo. A relação estabelecida dentro do grupo se encontra em constante evolução e transformação, onde a identidade social é construída por oposição e semelhança. Da mesma forma, em que se concebe a autodefinição, a identidade social aglutina a coletividade como via de conexão entre pares e contrários.

A coletividade social toma consciência de sua unidade pela diferenciação dos outros (DUBAR, 1996), e ao mesmo tempo da forma e cria um imaginário social que modela a identificação do grupo como uma espécie de representação social. De tal modo, a identidade social é constituída pela representação que o indivíduo faz, tanto de si mesmo em seu ambiente social, como dos grupos de oposição aos quais ele não pertence. Então, pode-se entender que a identidade social constitui um elemento primordial para a compreensão da sociedade como um todo interligado, onde a unidade se dá tanto por semelhança como por diferença.

O psicólogo Edmond Marc Lipiansky, define a identidade social como “um processo de justaposição na consciência individual, uma totalidade dinâmica, em que os diferentes elementos interagem na complementaridade ou no conflito, pois o indivíduo tende a defender sua existência e sua visibilidade social, sua integração à comunidade, ao mesmo tempo que ele se valoriza e busca sua própria coerência” (LIPIANSKI apud RUANO-BORBALAN, 1998, p.144).

De modo geral, a identidade social se funda sob determinadas categorias, como, por exemplo, a etnia, a identidade sexual, a classe social, os portadores de deficiências, a idade, entre outras. Unidos sob o mesmo fundamento, os indivíduos procuram sua contextualização no tempo e no espaço, buscando fortalecer suas identidades. No que trata respeito a atores sociais, Manuel Castells entende como identidade, o processo de construção de significado com base em um atributo cultural, ou ainda, um conjunto de atributos culturais interrelacionados. Porém, é importante estabelecer a diferença entre a identidade e o que os sociólogos têm chamado tradicionalmente de papéis, definidos por normas estruturadas pelas instituições e organizações da sociedade, como por exemplo, trabalhador, mãe, vizinho, atleta, frequentador de uma determinada igreja. Portanto, entende-se identidade como organizadora de significados, enquanto os papéis organizam funções. (CASTELLS, 1996)

Por essa razão é que as manifestações ligadas a nacionalismos e a movimentos sociais se processam num dado contexto de construção social das identidades, que a todo o momento são construídas e desconstruídas. Por isso a identidade social é também associada a bases de poder (DEETZ, 1994).

Portanto, cabe dentro da pesquisa entender que a formação de identidades tem um componente social muito marcado, desde que a própria sociedade define, manipula e constrói identidades dentro do seu esquema social. Assim, este tema levaria a um debate bem complexo se o levarmos nos dois contextos estudados na atual pesquisa, por suas peculiaridades sociais. Por exemplo, no caso de Havana, estamos diante um país com um sistema político e social em crise, onde uma grande proporção da população não se sente representado pelo poder público, e a identidade mesmo que bem consolidada recebe uma forte influência deste panorama, sendo assim que por exemplo encontramos cubanos que moram em outros países com maior sentido de patriotismo dos que vivem na ilha. No caso de Brasília, desde minha posição de imigrante, estrangeira que abraçou esta terra, entendo que o movimento social que vivencia este contexto define identidades, assim por exemplo o brasiliense se apegua à natureza, aos espaços abertos, e circula nas ruas com o respeito de quem cresceu vendo uma cidade surgir, evoluir e crescer. O brasiliense celebra a chuva como se fosse parte do seu lar, fotografa os Ipês que cada ano florescem nas ruas do plano piloto, e é assim que a sociedade molda hábitos e identidades, gostos e preferências, mesmo que alguns deles possam parecer inatos do indivíduo, eles são também um reflexo da atuação social no contexto urbano, que junto aos factores externos permitiram a existencia de uma identidade coletiva, além do social.

1.3 Identidade coletiva

Com relação à identidade coletiva entendemos que o processo é o mesmo: o conjunto de indivíduos em um determinado tempo histórico, poderá apresentar características que o marquem como idêntico a si mesmo e diferente dos outros conjuntos de pessoas, mas ao longo do tempo aparecerão características que os diferenciam entre si. Assim dentro do próprio conjunto dos indivíduos vamos encontrando peculiaridades que os separam em subgrupos.

Para Manuel Castells, a construção da identidade coletiva tem a ver em grande medida com os determinantes de conteúdo simbólico dessa identidade, assim como de seu significado, com os quais ela se identifica ou não. Toda essa gama de informações é trabalhada pelos indivíduos e grupos sociais tendo como base estruturante a cultura à qual pertencem. Dessa forma, significados são reorganizados “em função de tendências sociais e projetos culturais

enraizados em sua estrutura social, bem como em sua visão de tempo/espaço” (CASTELLS,2008).

Portanto, a identidade coletiva, segundo a definição de Castells, depende de atributos culturais como fontes de significados para os atores sociais. Assim, o sociólogo define significado como a identificação simbólica por parte de um ator social, da finalidade da ação praticada por tal ator.

No livro O poder da identidade, o autor esclarece que ao se falar de identidade coletiva, o processo de construção social se estabelece num contexto marcado por relações de poder. Portanto, é assim que surge a distinção entre três concepções de identidades propostas pelo autor, tais como: identidades legitimadoras, identidades de resistência e identidades de projeto.

Para entender o conceito então definimos que a diferença entre a identidade social e a identidade coletiva está dada pela existência de um marco espaço/tempo, onde o grupo possui uma identidade para aquele momento e aquele lugar. Por exemplo, no estudo das identidades na cidade de Havana, encontramos que os designers da década de 1960 e de 1970, possuem uma forte conexão com o sentimento patriótico e revolucionário impulsionado por Fidel Castro, que levou o pensamento social daquela época num nível de fanatismo e devoção.

1.4 Multiculturalismo

Para entender o conceito de identidade é preciso também, aprofundar no termo multiculturalismo, que originalmente se sustenta na concepção essencialista da identidade. Entende-se tal concepção a partir da existência de uma “identidade profunda e autêntica, anterior à política e às negociações” (Vieira, p.36). Tal definição da identidade, não foi sustentada por muito tempo, cedendo espaço à concepção pós-estruturalista que entende a identidade como representação da diferença articulada e contextualizada nos espaços conformados pelas fronteiras culturais, tal como estão sendo abordadas as principais definições revisadas neste capítulo.

O Multiculturalismo define-se a partir da manifestação de tradições, valores, práticas, relações e identidades culturais dentro de uma mesma comunidade política. Assim é exercido

e projetado diante do estado como uma forma de aglomeração de identidades com um nexos comum.

Sobre o multiculturalismo, Manuel Castells no livro *A cidade multicultural*, explica:

Nosso mundo é etnicamente e culturalmente diverso e as cidades se concentram e expressam essa diversidade. Em contraste com a homogeneidade afirmada e imposta pelo Estado ao longo da história, a maioria das sociedades civis foi historicamente constituída a partir de uma multiplicidade de etnias e culturas que geralmente resistiram às pressões burocráticas em direção à padronização cultural e à limpeza étnica. Mesmo em sociedades etnicamente homogêneas como Japão ou Espanha, as diferenças culturais regionais (ou nacionais, no caso da Espanha) marcam territorialmente tradições e modos de vida específicos, que se refletem em diversos padrões de comportamento e, às vezes, em tensões interculturais.

Nos últimos anos do século XX, a globalização da economia e a aceleração do processo de urbanização aumentaram a pluralidade étnica e cultural das cidades, através de processos de migração, tanto nacional como internacional, que levaram à interpenetração de populações e modos de vida díspares no espaço das principais áreas metropolitanas do mundo. O global é localizado, de forma socialmente segmentada e especialmente segregada, através de deslocamentos humanos provocados pela destruição de antigas formas produtivas e pela criação de novos centros de atividade. A diferenciação territorial dos dois processos, o da criação e o da destruição, aumenta o desenvolvimento desigual entre regiões e entre países, e introduz uma diversidade crescente na estrutura social urbana.

A formação das cidades representa o uso do espaço como plataforma de união da cultura. As cidades surgiram de uma mistura, de um entendimento do espaço, do homem, e do ser social. As cidades foram criadas como lugar por excelência do intercâmbio cultural, social e político. Por tanto, o multiculturalismo representa a diversidade dentro da cidade, e dentro desse universo cultural insere-se o designer e seu produto, tentando buscar encaixar um conceito dentro desse ambiente diversificado, ramificado e complexo, mas ao mesmo tempo interconectado. Nas cidades que são consideradas capital do país, o multiculturalismo se apresenta como forma de vida, como peça importante da engrenagem social, onde os diferentes se fundem em um e tornam o que nesta pesquisa chamamos de essência da cidade.

1.5 Identidade visual

No estudo das identidades, podemos encontrar muitas definições. Para esta pesquisa é muito pertinente defini-la no que à visualidade se refere. Portanto, a identidade visual é entendida

na prática do design gráfico como a combinação de todos os elementos que um designer desenvolve no seu trabalho. Tal identidade recolhe todos os elementos que remetem a uma marca ou empresa, por exemplo: cores, frases, tipografia, ícones, logo, até mesmo missão, visão e valores. Absolutamente todos os elementos que representam a marca são entendidos como a identidade visual.

Entretanto, muitos autores atuais se referem à identidade visual com a expressão "identidade corporativa", sem levar em consideração que a identidade corporativa é a personalidade da organização, e que os elementos de identificação sensorial são sua expressão, sua encarnação visual, e não a personalidade em si. A identidade é expressa através de uma série de elementos de identificação sensorialmente perceptíveis. Esta série de elementos é a identidade visual da organização. A identidade visual não é um elemento visual isolado que representa a organização, mas sim um sistema ou conjunto de características físicas sensivelmente reconhecidas pelo indivíduo como uma unidade identificadora da organização. (CAPRIOTTI, 1992, p. 118)

A identidade visual está presente no dia a dia, desde o mercado, às campanhas de bem público, até na própria arquitetura da cidade moderna podemos encontrar traços de identidade visual. Na atualidade, as formas de fazer design e de comunicar trazem um discurso que mesmo cabendo dentro de um mundo globalizado define, mostra e recebe influência do seu contexto urbano e social. Dado pelo fato de o designer não ser um indivíduo alheio à sociedade, os produtos físicos ou digitais contribuem na formação de identidades tanto coletivas como territoriais.

1.6 Identidade territorial

As comunidades locais, segundo Manuel Castells, são construídas por meio da ação coletiva e preservadas pela memória coletiva, constituindo assim, fontes específicas de identidades. Um ponto interessante de sua visão sobre o conceito, é a hipóteses de que tais identidades surgem de um processo de reações defensivas contra as condições impostas pela desordem global e pelas transformações, incontroláveis e em ritmo acelerado. (Castells, 1996)

Os movimentos urbanos, tem sido fonte importante de formação de identidades territoriais. Porém, considero necessário o debate proposto por Castells, no que diz respeito à identidade

local. “Contudo, não creio que seja impreciso afirmar que ambientes locais, per se, não induzam um padrão específico de comportamento ou, ainda justamente por isso, uma identidade distintiva”. (Castells, 2008, p.79)

A ideia do sociólogo espanhol, tem um rol muito importante para esta pesquisa, porque se a identidade não pode ser definida somente em relação com o território, também não é justo simplificar a construção de identidades aos movimentos urbanos. Portanto, o entendimento da identidade territorial compreende o processo pelo qual as pessoas tendem a agrupar-se em organizações comunitárias, que ao longo do tempo vão gerando sentimento de pertença e, em muitos casos, uma identidade cultural comunal. Ao mesmo tempo, esses grupos comunitários, podem organizar movimentos urbanos, revolucionários ou não, como reivindicação de sua unidade e construção de significados tanto para a localidade como para a individualidade.

2 Definições de contexto

Como parte do entendimento do objeto de estudo, é feita uma leitura do conceito cidade com o objetivo de defini-lo e ao mesmo tempo entender as diversas denominações empregadas para falar do entorno da cidade. Assim, em um primeiro ponto, procuro entender o emprego do termo território em pesquisas organizacionais. Logo, estabeleço a relação entre o termo território e contexto, para chegar no conceito de urbano, como definição do ambiente que representa as grandes cidades desde a proposta de Henri Lefebvre (2001), onde o urbano se torna um espaço de transcendência imaginária, que extrapola os aspectos físicos da cidade.

2.1 Território

Muitas são as pesquisas que têm utilizado a análise do território como via de apoio para entender o funcionamento da sociedade, tanto no passado como na atualidade. Mas a definição de tal categoria, ainda está em debate entre os principais investigadores da área. O artigo: *Fronteiras, armadilhas e muros: contribuições teórico metodológicas para o debate sobre território*, de Maria Helena Elpidio Abreu, traz uma análise bem descritiva do decorrer da categoria território, na visão de autores como Ruy Moreira, Milton Santos, Rogério Haesbaert e Marco Aurélio Saquet.

Para o geógrafo Ruy Moreira, o território deve ser entendido não como paisagem, mas como constructo das relações sociais em movimento, o espaço é considerado a totalidade estruturada de relações, dialeticamente complexas e historicamente determinadas, na forma do qual reside o amálgama do entrecruzamento entre a forma homem-natureza, para a forma homem-em sociedade (ABREU apud MOREIRA, 2012, p. 25). Assim, na análise da categoria, o autor traz um pensamento muito vinculado ao objeto de estudo desta pesquisa, ao definir que o espaço é então o termo da unidade. O plano em que se dá a relação homem-natureza. O âmbito em que as coisas então dissociadas se juntam (ABREU apud MOREIRA, 2012, p. 24). Portanto, o território entendido como esse espaço de união homem-natureza, pode definir ou dar passo a criação de uma identidade territorial, onde as relações que ali se estabelecem podem marcar uma forma de atuar na sociedade.

No artigo, a autora define a visão de Milton Santos como uma das principais referências nos estudos geográficos sobre o território (ABREU, 2018) e como dentro dessa perspectiva de estudo, o espaço deve ser entendido como ponto de partida para definir o território; assim, o espaço é transformado em território por meio das relações sociais. Já nas palavras de Milton Santos:

Os territórios são formas, mas os territórios usados são objetos e ações, sinônimo de espaço humano, espaço habitado. Mesmo a análise da fluidez posta ao serviço da competitividade, que hoje rege as relações econômicas, passa por aí. De um lado, temos uma fluidez virtual, oferecida por objetos criados para facilitar essa fluidez e que são, cada vez mais, objetos técnicos. Mas os objetos não nos dão senão uma fluidez virtual, porque o real vem das ações humanas, que são cada vez mais ações informadas, ações normatizadas. É a partir dessa realidade que encontramos no território, hoje, novos recortes, além da velha categoria região; e isso é um resultado da nova construção do espaço e do novo funcionamento do território, através daquilo que estou chamando de horizontalidade e verticalidade. (SANTOS, 2008b, p. 139).

Portanto, os territórios existem como parte da ação do homem, sua exploração do espaço e divisão conforme as suas vontades e necessidades. O homem escolhe e decide pelos espaços que a natureza oferece como dono deles, e foi assim que um dia surgiu Brasília, dando um novo significado a um espaço existente e também habitado.

Assim entendemos que para Milton Santos os territórios são formas, que umas vez utilizados se tornam objetos de uso e exploração humana mas por outro lado temos o posicionamento

do geógrafo brasileiro Rogério Haesbaert que aborda os limites confusos do território, uma vez que este se entrelaça e define a partir da influência do indivíduo desde sua concepção social.

Rogério Haesbaert, ao falar da categoria território, aborda uma ideia que apoia o problema desta pesquisa, partindo do ponto em que a noção de território confunde-se com o desenvolvimento da própria geografia, uma vez que “[...] sociedade e espaço social são dimensões gêmeas”. Não há como definir o indivíduo, o grupo, a comunidade, a sociedade sem ao mesmo tempo inseri-los num determinado contexto geográfico, “territorial” (ABREU apud HAESBAERT, 2007, p. 20). Em relação com essa abordagem, surge a possibilidade de entender que a criação de uma assinatura própria associada a um espaço pode ser um caminho para entender a relação entre a produção gráfica e o contexto na qual é desenvolvida. Assim, no artigo cita-se:

Entendo território em sentido amplo, percebemos que essa ‘necessidade territorial’ ou de controle e apropriação do espaço pode estender-se desde um nível mais físico ou biológico (enquanto seres com necessidades básicas como água, ar, alimento, abrigo para repousar), até um nível mais imaterial ou simbólico (enquanto seres dotados de poder da representação e da imaginação e que a todo instante ressignificam e se apropriam simbolicamente do seu meio), incluindo todas as distinções de classe socioeconômica, gênero, grupo étnico, etnia, religião, etc. (ABREU apud HAESBAERT, 2007, p. 340).

Marco Aurélio Saquet, ao falar de território leva em consideração as articulações entre as dimensões sociais, os processos históricos e as dinâmicas territoriais coerentes com princípios do materialismo histórico e dialético (ABREU, 2018). Porém, o estudo da categoria em Saquet, observa o caráter interdisciplinar e complexo, como forma de entender o território como um espaço não definível por si só, mas sim o resultado de “determinações materiais de forças econômicas, políticas e culturais em unidade e em saltos quanti-qualitativos na dinâmica socioespacial” (SAQUET, 2010, p. 22). Assim, o artigo cita:

O território significa natureza e sociedade; economia, política e cultura; ideia e matéria; identidades e representações; apropriação, dominação e controle; des-continuidades; conexões e redes; domínio e subordinação; degradação e proteção ambiental; terra, formas espaciais e relações de poder; diversidade e unidade. Isso significa a existência de interações no e do processo de territorialização, que envolvem e são envolvidas por processos sociais semelhantes e diferentes, e nos mesmos ou em distintos momentos e lugares, centradas na conjugação, paradoxal, de

des-continuidades, de desigualdades, diferenças e traços comuns. Cada combinação específica de cada relação espaço-tempo é produto, acompanha e condiciona os fenômenos e processos territoriais. (ABREU *apud* SAQUET, 2010, p. 24).

A definição do conceito território pode ter diversas interpretações, mas todas elas conectadas com o espaço e a ação humana, sendo esta a causa fundamental de sua existência. Seja o homem visto como indivíduo social, como protagonista e criador de espaços e fronteiras, onde o território enmarca geograficamente um espaço de construção cultural e de identidades. Então, não podemos passar por alto neste ponto da pesquisa, a definição mais importante, a que permitirá estudar dois espaços geograficamente delimitados mas culturalmente abertos e expostos ao mundo. O conceito de cidade está longe de ser um conceito fácil de definir, mas apresentaremos o que para esta pesquisa consideramos essencial.

2.2 Cidade

O que é uma cidade? Como podemos definir o conceito? Existem fronteiras sociais para definir uma cidade? São estas, algumas questões que motivaram o objeto de estudo, portanto, neste ponto pretendo esclarecer a categoria cidade e seu papel na sociedade. O olhar nas cidades tem apoiado pesquisas de todo tipo ao longo da história, pois entender o funcionamento das cidades pode levar a entender o papel do homem na sociedade e reciprocamente o papel da cidade na vida do homem.

Ao pesquisar o termo cidade no dicionário da língua portuguesa, percebi uma questão bem interessante que tem a ver com a necessidade de existência somente através do oposto, ou seja, existe a cidade porque temos a não cidade (o rural, o campo). Assim, a definição primária de cidade, segundo o Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, é:

povoação que corresponde a uma categoria administrativa, geralmente caracterizada por um número elevado de habitantes, por elevada densidade populacional e por determinadas infra-estruturas, cuja maioria da população trabalha na indústria ou nos serviços.¹

A cidade constitui o cenário onde se transita, se mora, se vive, se enxerga e se interpreta.

Andando pela cidade podemos perceber cheiros, sons, texturas, imagens, que são

¹ "cidade", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2021, <https://dicionario.priberam.org/cidade> [consultado em 09-06-2021].#

decodificadas em sensações, emoções e sentimentos. No decorrer da vida, aquilo que percebemos se torna imagem na nossa mente, para depois dar lugar a uma atitude, resultado ao mesmo tempo, da experiência e dos acontecimentos vividos. Desse modo, é que percebemos o entorno, construímos o que nele existe tanto física como socialmente, dando sentido e funcionalidade no que está ao nosso redor, num processo de aceitação e reconhecimento do lugar ao que pertencemos. Assim, cada indivíduo aporta sua subjetividade no processo de construção da sociedade.

No livro *O Direito à Cidade*, de Henri Lefebvre, a importância de entender esse conceito e o lugar do homem nesse espaço conformado, traz à luz a necessidade de fazer um lugar melhor para viver. Lefebvre traz duas definições muito importantes para esta pesquisa: a cidade como realidade presente, e o urbano como realidade social. Para ele, a cidade como realidade presente, é aquilo tangível, é um dado prático-sensível, arquitetônico, e por outro lado, o urbano é definido como a realidade social concebida a partir das relações construídas e reconstruídas no pensamento, numa espécie de transcendência imaginária (LEFEBVRE, 2001).

Quando se aborda a cidade como instituição imaginária se transita num entendimento baseado na criação cultural imersa no universo de significações que constituem a sociedade em geral e as sociedades específicas em particular. Assim, entender os imaginários urbanos pode ser a chave para transformar a realidade que leve à conquista do direito à cidade proposto por Lefebvre.

Portanto, neste ponto definimos a cidade com base em dois aspectos: O primeiro consiste na definição de cidade como o espaço físico e geográfico, demarcado por fronteiras e que possui características comuns dentro desse território, mas que ao mesmo tempo responde e se nutre de um espaço maior chamado país. O segundo conceito e universo de significação que engloba a categoria cidade, tem a ver com a visão da cidade para além do espaço físico, e sim uma cidade desde atuação social, do imaginário, da consciência, que define uma cidade intangível, mas que se percebe visual e comunicativamente, como uma espécie de metáfora de vida que se reflete nos imaginários urbanos.

2.3 Imaginários urbanos

A definição dos imaginários urbanos como categoria de análise nos permite abordar a vida urbana, do ponto de vista cultural, assim como as produções materiais e simbólicas que dela derivam. Sobre o conceito, entende-se como uma construção simbólica, não só pelo caráter transcendente de suas expressões, mas também pela criação de novos símbolos, ou seja, cada imaginário constitui algo simbólico e transcendente para o ser que o cria. Ele cria, por sua vez, uma linguagem de símbolos que se traduz em expressões e manifestações que podem ser individuais ou coletivas.

Nas palavras de Armando Silva, a construção dos imaginários urbanos de uma comunidade tem a estética como uma peça do corpo experiencial de cada sujeito, são verdades assimiladas como parte de uma existência e, por isso se reage a elas como se faz dentro de uma certeza de identidade (Silva, 2011). Então, a abordagem do papel do imaginário urbano, na construção de uma cidade mais justa, mais funcional e humanizada, se torna cada dia mais importante e essencial no desenvolvimento social. Os imaginários urbanos destinam em seu empreendimento coletivo a formação das cidades imaginadas, espaço onde as percepções dos cidadãos coabitam, onde eles vivem, usam e evocam as cidades que realmente existem.

Os imaginários têm a capacidade de traçar modos de ser e de se comportar, assim como os modos de usar os objetos que eles representam, por isso não podemos enquadrá-los dentro de um espaço geográfico rígido, e sim dentro de um espaço simbólico. Os imaginários descrevem uma categoria cognitiva que revela como os seres sociais, não através da razão, mas através da sensação percebem seus próprios mundos e realidades (SILVA, 2012).

Nesta pesquisa, partimos da ideia de que o imaginário se reflete primeiramente por meio de um conjunto de imagens e signos, objetos do pensamento, cujo alcance, coerência e eficácia pode variar e cujos limites se redefinem sem cessar. Mas no estudo deste conceito encontramos três acepções que encaixam a definição em diferentes campos do conhecimento: os associados à pregnância simbólica da linguagem; os imaginários como inscrição psíquica e em uma perspectiva de uma lógica inconsistente; e por último, o imaginário enquanto construção social da realidade.

A pesquisa aborda as cidades imaginadas desde o estudo de Havana e Brasília, para dessa forma entender como se desenvolvem os imaginários urbanos dentro delas e sua repercussão no design gráfico na sociedade. Mas ao falar de design gráfico, imaginário e de identidade

não podemos deixar de definir o conceito de discurso gráfico, pois este conceito nos permitirá entender e analisar peças gráficas nos dois contextos que abordam a pesquisa.

3 Discurso gráfico

Como ponto de partida, acreditamos que as identidades e os imaginários urbanos também apresentam-se por meio do discurso gráfico manifesto nas cidades.

O design gráfico constitui na atualidade, um tema de análise muito recorrente. Entender a comunicação desde o design permite uma abordagem conceitual da criação que compreende o processo de emissão-recepção gerado por meio de uma peça gráfica. Assim, Gruszynski (2000) define o design gráfico como uma atividade que envolve o social, a técnica e também a significação. Para a autora, trata-se de um processo de articulação de signos visuais que têm como objetivo produzir uma mensagem, levando em conta seus aspectos informativos, estéticos e persuasivos e fazendo uso de uma série de procedimentos e ferramentas. (GRUSZYNSKI, 2000, p.17)

O discurso gráfico gráfico é a articulação de um processo de comunicação, onde emissor e receptor dão sentido e corpo a determinada peça gráfica. Assim, Rafael Souza Silva define:

Todo processo de comunicação implica um processo de significação, onde o sinal é uma forma significativa que o destinatário deverá preencher com significados. Os sinais são emitidos por um emissor que, baseando sua mensagem em códigos e léxicos, transforma a mensagem significativa (enviada pelo emissor) em mensagem significada. Neste tipo de esquema, o papel de código é preponderante. (SILVA, 1985, p. 26).

Na mesma obra de Silva (1985) , cita-se a João Rodolfo do Prado a partir de um artigo intitulado: Discurso gráfico: constatações que foi publicado no Cadernos de Jornalismo e Comunicação do Jornal do Brasil . Segundo ele:

O nosso tempo é caracterizado pela descoberta da linguagem e do discurso, e a consciência de que não há dizer natural. Em nenhum lugar se admite o inocente. É um tempo terrível, e tudo tem significação. Até mesmo um discurso gráfico. O discurso gráfico é um conjunto de elementos visuais de um jornal, revista, livro ou tudo que é impresso. Como discurso, ele possui a qualidade de ser significável; para se compreender um jornal não é necessário ler. Então, há pelo menos duas leituras: uma gráfica e uma textual. (PRADO apud SILVA, 1985, P. 27)

Dessa forma, o discurso gráfico representa a conexão entre a cadeia de significação, emissor e receptor, e estabelece o ponto de contato em que uma peça gráfica entra na memória cultural por meio de leituras diversas associadas ao contexto físico, histórico e social. Mais do que isso, o discurso gráfico pode, como afirma Santos, ser potencializado em sua relação com o espaço físico (SANTOS, 2017). Quando o discurso gráfico transcende a outras gerações e se torna reconhecido como elemento inseparável da cultura local, ele adquire o valor de memória gráfica.

3.1 Memória gráfica

Ao falar sobre o patrimônio cultural no que ao design gráfico se refere, não se pode deixar de lado o conceito de memória gráfica. A Rede de Pesquisa Memória Gráfica Brasileira (MGB), começou o percurso investigativo nesta área no Brasil. Trata-se de uma rede de pesquisa iniciada com o projeto Memória Gráfica Brasileira: estudos comparativos de manifestações gráficas nas cidades do Recife, Rio de Janeiro e São Paulo apoiado pelo edital PROCAD da CAPES entre 2008 e 2012, e que envolvia grupos ligados aos Programas de Pós-graduação em Design da PUC-Rio, UFPE e SENAC-SP.

Desde princípios do século XXI, a expressão memória gráfica tem ganhado cada vez mais força e relevância. No Brasil existem grupos de pesquisa que desenvolvem o conceito como o Departamento de Projeto / FAU USP (Labvisual), coordenado por Priscila Lena Farias e Clíce de Toledo Sanjar Mazzilli. O conceito memória gráfica, é utilizado para denominar uma linha de estudos que busca compreender a importância e o valor de artefatos visuais, em particular impressos efêmeros, na criação de um sentido de identidade local através do design (FARIAS, 2017).

Para Priscila Lena-Farias, os estudos que adotam a abordagem teórica da memória gráfica permitem uma abordagem sem preconceitos da cultura visual e da cultura impressa do passado local, mostrando que seus produtos podem ser não apenas tópicos de pesquisa válidos e atraentes, mas também revelando aspectos importantes e peculiares da história e da cultura do design local (FARIAS, 2017). Portanto, entender a memória gráfica como fonte de identidade visual, constitui um dos postulados que guia a comparação entre as cidades de

Havana e Brasília, como modo de entender, por meio do legado gráfico, a possibilidade da criação de uma assinatura própria da cidade no design de comunicação visual.

CAPÍTULO 2

Duas cidades, design e identidade

As cidades são catalisadoras de mensagens, são mecanismos articulados para que habitantes e visitantes se sintam identificados ou representados por meio do mundo criativo que dá cor e vida ao que ali é criado. Baseados nos conceitos e estudos elencados até aqui, será feita uma análise de dois contextos diferentes relacionados à cidade de Havana em Cuba e a cidade de Brasília no Brasil. Nosso objetivo é entender como dentro da diferenciação do discurso gráfico produzido em ambas podemos encontrar traços de identidade. Assim, o design gráfico, como modo de expressão, se torna protagonista na pesquisa, constituindo um fio condutor através do estudo de soluções gráficas em cada uma das cidades.

Neste capítulo nos adentramos em dois contextos totalmente diferentes, tanto em idade, língua, nível econômico e até sistema político. A visão sobre as duas cidades não pretende estabelecer que uma seja melhor do que a outra e sim entender como funciona o processo de formação de identidades que dá lugar a formas de fazer dentro do design. Deste modo o estudo de identidades proporciona uma melhor via de comunicação dentro da cidade, melhor utilização de códigos, símbolos e mensagens, com a intenção de cada dia ser mais eficientes na profissão do design gráfico.

Mas afinal, por que é importante estudar a identidade dentro das cidades?

Estudar a identidade dentro das cidades é fundamental por várias razões importantes:

- As cidades geralmente são pontos de encontro de diversas culturas, etnias e tradições. Estudar a identidade nessas configurações urbanas ajuda a compreender e apreciar a riqueza da diversidade cultural.
- Compreender as diferentes identidades dentro de uma cidade é crucial para promover a integração social. Isso ajuda a criar sociedades mais coesas e inclusivas, onde as pessoas se sentem valorizadas e respeitadas, independentemente de sua origem.

- Entender as identidades culturais e sociais das comunidades em uma cidade é vital para um planejamento urbano eficaz. Isso pode influenciar decisões sobre habitação, transporte, educação e serviços sociais para atender às necessidades específicas de grupos diversos.
- Cidades muitas vezes possuem um rico patrimônio histórico e cultural. Estudar a identidade ajuda na preservação deste patrimônio, seja ele arquitetônico, artístico ou social.
- As identidades podem ser fontes de tanto conflito quanto cooperação nas cidades. Compreender as identidades locais é crucial para mitigar conflitos étnicos, religiosos ou culturais, bem como para promover a cooperação e a compreensão mútua.
- Empresas muitas vezes adaptam suas estratégias de marketing com base nas identidades das comunidades urbanas. Compreender essas identidades é vital para o desenvolvimento econômico e o sucesso dos negócios.
- A diversidade de identidades em uma cidade pode levar a uma variedade de perspectivas e ideias. Isso pode alimentar a inovação e a criatividade, impulsionando o desenvolvimento em várias áreas, como tecnologia, arte e ciência.
- Compreender a identidade cultural de uma cidade é essencial para o turismo. As atrações turísticas muitas vezes estão intimamente ligadas à história e à identidade da cidade, e esse entendimento é vital para promover o turismo sustentável e culturalmente sensível.

Em resumo, estudar a identidade dentro das cidades é essencial para promover sociedades inclusivas, planejar cidades eficazes, preservar o patrimônio cultural e promover a compreensão e a cooperação entre grupos diversos.

2.1 Havana

Qué sería de mí si no existieras,
mi ciudad de La Habana.

Si no existieras, mi ciudad de sueño
en claridad y espuma edificada,
qué sería de mí sin tus portales,
tus columnas, tus besos, tus ventanas.

Cuando erré por el mundo ibas conmigo,
eras una canción en mi garganta,
un poco de tu azul en mi camisa,
un amuleto contra la nostalgia.

Y ahora te camino toda entera,
te vivo toda hasta la madrugada,
soy el viento en tus parques y rincones,
soy el sol que te acaricia el alma.

Ciudad de mis amores en el polvo,
bella ciudad de podredumbre y alas,
en ti nací realmente un mes de enero,
cuando golpeó en tu pecho la esperanza.

Si viví un gran amor fue entre tus calles,
si vivo un gran amor tiene tu cara,
ciudad de los amores de mi vida,
mi mujer para siempre sin distancia.

Si no existieras yo te inventaría,
mi ciudad de La Habana.

Si La Habana no existiera, poema de Fayad Jamis dedicado à Havana.

Conhecendo a cidade de Havana

Havana é a capital da República de Cuba, considerada como a maior cidade do país, seu principal porto, seu centro econômico e cultural e seu principal centro turístico. Como capital de Cuba, a cidade é a sede oficial dos mais altos órgãos do Estado e do governo cubano, de todos os órgãos centrais e de quase todas as empresas e associações nacionais. É também o lar do maior número de filiais e sedes de entidades estrangeiras sediadas em Cuba.

Ao pensar em Havana é impossível deixar de lado a tradição e a história que carrega uma cidade com mais de 500 anos. Fundada em 1519 pelo conquistador espanhol Diego Velázquez, constitui atualmente um dos pontos de interesse turístico do país por ter conservado grande parte da arquitetura colonial. Assim, em 7 de junho de 2016 foi-lhe oficialmente conferido o status de uma das sete maravilhas do mundo moderno, distinguindo-se sobretudo por seu apelo mítico, pelo calor e simpatia de sua atmosfera, e pelo carisma e jovialidade de seus habitantes.

Devido aos mais de quinhentos anos de existência de Havana, a cidade possui alguns dos estilos arquitetônicos mais diversos do mundo, desde castelos construídos no final do século XVI até arranha-céus modernistas de hoje. Foi considerada nos primeiros anos da colonização como um dos pontos mais protegidos do Novo Mundo.

A arquitetura na cidade tem chamado a atenção de muitos fotógrafos e pesquisadores, pela diversidade de estilos. A influência de diferentes estilos e culturas pode ser vista na arquitetura colonial de Havana, com uma gama variada de arquitetura mourisca, espanhola, italiana, grega e romana. *O Seminário de San Carlos y San Ambrosio* (século XVIII) é um belo exemplo da arquitetura primitiva de influência espanhola. *A Catedral de Havana* (1748-1777) com vista para a *Plaza de la Catedral* (1749) é o melhor exemplo do barroco cubano. Ao seu redor estão os antigos palácios do Conde de Casa-Bayona (1720-1746), o Marquês de Arcos (1746) e o Marquês de Águas Claras (1751-1775).

Imagem 12: Seminário de San Carlos y San Ambrosio



Fonte: https://en.wikipedia.org/wiki/San_Carlos_and_San_Ambrosio_Seminary:

Imagem 13: A Catedral de Havana



Fonte: <https://www.visitarcuba.org/plaza-de-la-catedral>

Imagem 14: O Colégio Seminário de San Carlos (Interior).



Fonte: https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g147271-d7079885-Reviews-Seminario_de_San_Carlos_y_San_Ambrosio-Havana_Ciudad_de_la_Habana_Province_Cuba.html

Imagem 15: O Palácio do Marquês de Arcos(Fachada)



Fonte:https://www.tripadvisor.com/LocationPhotoDirectLink-g147271-d207816-i78525148-Plaza_de_la_Catedral-Havana_Ciudad_de_la_Habana_Province_Cuba.html

Os primeiros ecos do movimento Art Deco em Havana começaram em 1927, na área residencial de Miramar. Acredita-se que o edifício Bacardi (1930) seja o melhor exemplo da arquitetura Art Deco da cidade e o primeiro edifício de altura Art Deco, seguido pelo Hotel Nacional de Cuba (1930) e o edifício López Serrano construído em 1932 por Ricardo Mira inspirado no Rockefeller Center em Nova York.

Imagem 16: O Edifício Bacardi (1930)



Fonte:<https://www.visitarcuba.org/edificio-bacardi>

Imagem 17: O Hotel Nacional de Cuba



Fonte: <https://elhotelnacionaldecuba.com/>

Imagem 18: O edifício López Serrano



Fonte: <https://www.area-arch.it/itinerario/edificio-lopez-serrano/>

O desenvolvimento económico de Havana, se deve em primeiro lugar à sua localização geográfica, que favoreceu o enlace comercial entre as descobertas do Novo Mundo. Durante o período de domínio espanhol na ilha (1511-1902), Havana se tornou um ponto chave para o enriquecimento da coroa espanhola.

Desde o ponto de vista econômico, Cuba é um país muito interessante de estudar, com características peculiares que fazem deste território um espaço diferente e ao mesmo tempo difícil de analisar. Na atual pesquisa proponho um rascunho da minha visão como cubana e pesquisadora sobre o que é a cidade de Havana na economia, trazendo um olhar generalizado da situação no país.

Muitas ideias vêm na minha mente ao pensar em economia, mas todas ligadas geralmente ao consumo e a produção. No caso de Cuba, a situação não é diferente, mas existe uma forma especial de enxergar a realidade. Na atualidade, existe uma grande importação de produtos do exterior, sendo que a produção nacional encontra-se em decadência. A cada dia é mais difícil encontrar produtos genuinamente cubanos. Os pequenos negócios têm alcançado protagonismo, chegando a resolver os problemas da sociedade cubana atual. Assim, o design na atualidade constitui uma ferramenta de poder no cenário econômico de Havana. Desde o ponto de vista econômico, Cuba é um país com muitas limitações, o que tem impactado enormemente no desenvolvimento tecnológico do design. Por tal motivo, a tradição da serigrafia tem uma força muito grande. Embora existam sim, avanços tecnológicos, que acompanham o desenvolvimento mundial sobre as novas formas de fazer no design, ainda o país encontra-se um passo atrás do que acontece no mundo. Por exemplo, o acesso generalizado à internet chegou na cidade de Havana no dia 06 de dezembro de 2018 com a instauração do serviço de dados celulares pela única empresa de telecomunicações existente no país, chamada ETECSA. De tal forma, a produção digital, o design voltado para a mídia, está em formação. Ao pensar em design gráfico cubano, penso inevitavelmente em formas de fazer, de criar e de comunicar com uma base muito experimental, muito artística e ao mesmo tempo com uma forte presença da gestualidade, do simples e cotidiano.

História do design gráfico em Havana.

A história do design gráfico em Havana está muito vinculada à história do país e às mudanças políticas. Existem poucos estudos que analisem a visualidade gráfica cubana no período anterior ao século XX, mas o design já tinha chegado na ilha com fortes influências norte americanas e europeias, tais exemplos são os prêmios obtidos na Feira Internacional de Paris, em 1900, com as publicações *El Figaro* e *La Escuela Moderna*. (López, 2017)

Desde o início do século XX, encontramos a presença de uma estrutura que marca a visualidade dos jornais e revistas, nos quais a linguagem é articulada entre o universo tipográfico, a predominância da ilustração e, em menor medida, das fotografias. A chegada dos novos conceitos às artes visuais em Havana ocorreu através das artes gráficas, em publicações culturais como *Atuel* (1927-1928), *Revista de Avance* (1927-1930), *Revista de La Habana* (1930) e o suplemento do *Diario de la Marina* (1927-1930), especialmente a partir de uma nova concepção de ilustrações e tipografia. A maioria dessas revistas tinha vida curta; algumas, como *Carteles*, *Social* e *Bohemia*, mantinham um trabalho mais sustentado e importante. (López, 2017)

Imagem 3: Capa da revista Bohemia. 1929.



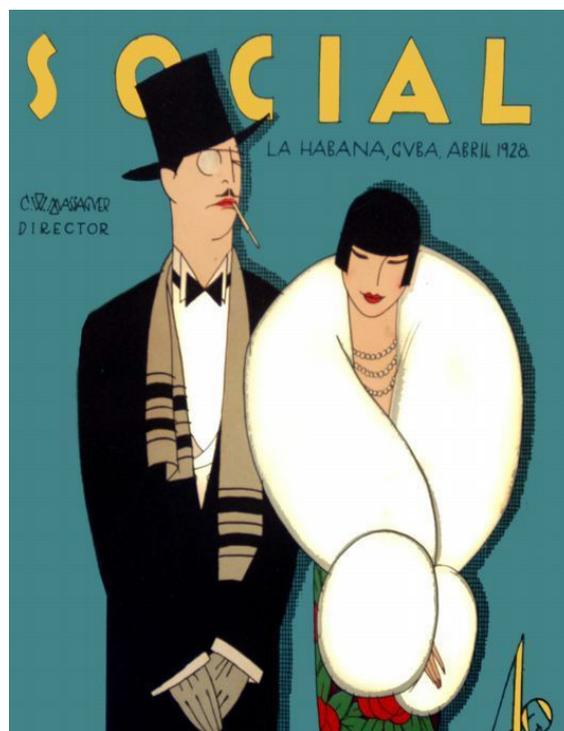
Fonte: Gold Levi, Vicki.; Heller, Steven; Cuba Style: Graphics from the Golden age of design. Princeton Architectural Press. 2002

Imagem 4: Capa da revista Bohemia. Autor: Enrique García Cabrera.



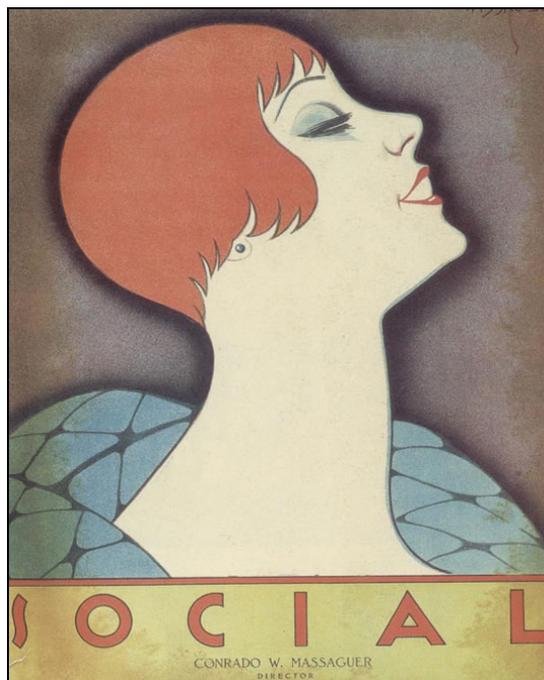
Fonte: Sigarroa, Olimpia; Menéndez, José Antonio. Enrique García Cabrera. Ediciones Vanguardia Cubana. 2016.

Imagem 5: Capa da revista Social. 1928. Autor: Conrado W. Massaguer.



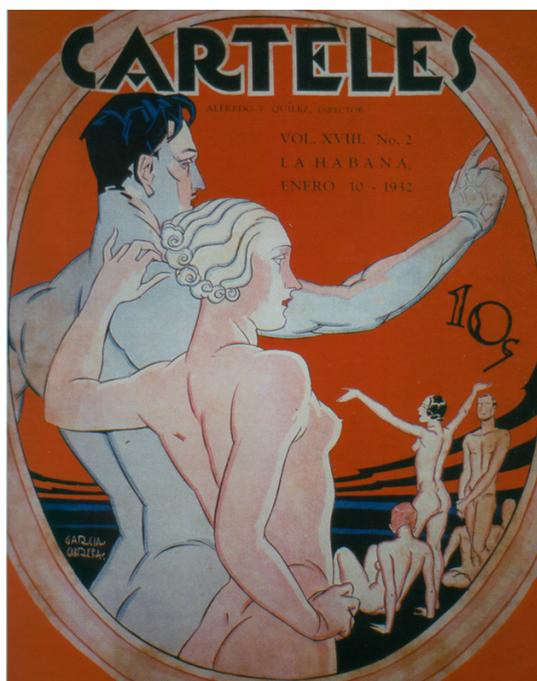
Fonte: <https://factr.com/stream/social-havana-cuba>

Imagem 6: Capa da revista Social. 1926. Autor: Conrado W. Massaguer.



Fonte: Gold Levi, Vicki.; Heller, Steven; Cuba Style: Graphics from the Golden age of design. Princeton Architectural Press. 2002.

Imagem 7: Capa da revista Carteles, 1932. Autor: Enrique García Cabrera.



Fonte: Sigarroa, Olimpia; Menéndez, José Antonio. Enrique García Cabrera. Ediciones Vanguardia Cubana. 2016.

Imagem 8: Capa da revista Carteles, 1935. Autor: Rodríguez Radillo.



Fonte: Gold Levi, Vicki.; Heller, Steven; Cuba Style: Graphics from the Golden age of design. Princeton Architectural Press. 2002.

Durante a primeira metade do século XX, o design gráfico em Havana vivenciou seu máximo esplendor, voltado para fins comerciais e publicitários. Existia um crescimento das agências publicitárias ao estilo americano, que afetou tanto a mídia impressa quanto a programação quase completa de televisão e rádio, que começou em Cuba nessa metade de século.

Havana tinha uma poligrafia moderna e eficiente. Se atingia uma grande qualidade na impressão litográfica; existiam também várias impressoras rotativas, rotogravura e offset, e dezenas de pequenos espaços dedicados à impressão tipográfica. As agências de publicidade, editoras e as grandes corporações americanas de mídia costumavam testar suas novas técnicas e tecnologias em Cuba.

A ilha também serviu como uma plataforma para o lançamento de produtos e mensagens para o mercado latino-americano, tudo isso explica em parte o desenvolvimento tanto da publicidade como da indústria gráfica cubana nesta década. Sendo este, o motivo pelo qual uma pequena ilha do Caribe chegou a ter uma produção visual que hoje é referência internacional.

No campo dos produtos de consumo, Cuba tinha uma rica tradição de nomes e marcas. Da mesma forma, os recipientes, rótulos e embalagens percorreram um caminho frutífero desde o século XIX, primeiro e principalmente no tabaco, mas também em charutos, rum e cervejas. Estes produtos, seus nomes e slogans comerciais eram expressões de identidade cultural, por exemplo do humor crioulo nasceram lemas que até hoje definem a forma de ser do cubano, como o caso do “Ron Matusalén, hoy alegre, mañana bien” (Rum Matusalén, hoje feliz, amanhã bem). Os charutos, que constituem um verdadeiro patrimônio das artes visuais cubanas, tinham em suas embalagens um imaginário onde a paisagem natural e humana estava representada, destacando a cultura crioula. (Menéndez, 2007)

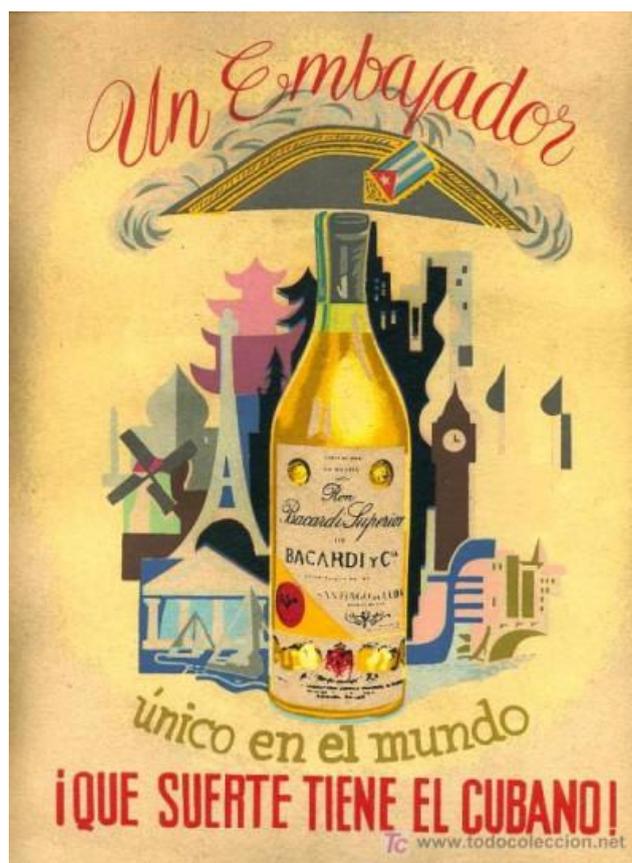
Imagem 9: Cartazes publicitários cubanos, Rum Matusalém.



Fonte:

<https://www.thecubanhistory.com/2016/12/ron-matusalem-and-its-motto-today-happy-tomorrow-well-the-whole-story-ron-matusalem-y-su-lema-hoy-alegre-manana-bien-su-historia-completa/>

Imagem 10: Cartazes publicitários cubanos, Rum Bacardi.



Fonte: <https://www.brandstocker.com/bacardi-y-el-origen-del-ron-cubano/>

Imagem 11: Cartazes publicitários cubanos, Rum Santa Cruz.



Fonte: <https://www.blogartesvisuales.net/general/grafismo-cubano/>

A revolução significou uma mudança radical na sociedade e em todas as suas esferas. A "contextualização nacional" e os valores revolucionários foram as características que marcaram a sociedade cubana, sua política, cultura, economia e, evidentemente, também seu design. Assim, a partir do ano 1959, muitas coisas mudaram no panorama visual e comunicacional do país.

A Revolução trouxe mudanças profundas e uma total centralização da economia, da indústria, da cultura e da política. A atividade publicitária inicialmente tentou se transformar e se adaptar à nova situação, mas sem as bases comerciais do sistema em que esta atividade se desenvolveu e do qual dependia, era difícil para as agências se manterem. A publicidade de marcas e produtos tornou-se publicidade política, e os destinatários não eram mais consumidores potenciais, mas receptores de mensagens políticas, educacionais e culturais. Com as nacionalizações² posteriores, os designers se tornaram funcionários do Estado.

A publicidade passou a ser vista como um elemento pernicioso do capitalismo. Em 1960, a Escola de Publicidade foi abolida e em 22 de fevereiro de 1961 foi realizado um teste de lapidação: 24 horas sem comerciais na rádio e na televisão. Após o teste, a publicidade na rádio, na televisão e na imprensa foi abolida. Assim, chegou ao fim uma das indústrias mais dinâmicas de Cuba. Entretanto, o cartaz se tornou um elemento protagonista, como meio de orientação e transmissor dos principais fatos ou eventos que ocorreram em diferentes momentos. Assim, chegamos em uma produção muito rica na gráfica cubana, voltada principalmente para cartazes de filme, eventos e temáticas políticas, sempre desde uma perspectiva revolucionária.

O período de 1965-1975 é conhecido como um dos momentos de maior auge do design gráfico em Cuba. Os jornais foram reduzidos, mas as revistas proliferaram, novas coleções de livros foram criadas e a produção de cartazes foi impulsionada por agências governamentais encarregadas de propaganda política, filmes e outros eventos culturais. No Instituto Cubano de Arte e Indústria Cinematográficas, a diversidade de estilos entre os cartazes é notável, embora desde os anos 70 eles tenham em comum o mesmo formato (52 x

² Se refere na história de Cuba às nacionalizações como um conjunto de medidas empreendidas em 1960, como parte do plano de desenvolvimento econômico de Cuba, na transição para o Socialismo. Consiste no momento em que as grandes corporações particulares passam a ser propriedade do estado.

76 cm) e a mesma técnica, a impressão em serigrafia. A tradição cubana do cartaz serigráfico chega até nossos dias, sendo esta uma das principais técnicas escolhidas por designers cubanos para a produção destas peças gráficas.

As campanhas de bem público aumentaram, especialmente em outdoors e cartazes, este último se tornando o formato fundamental de comunicação. Novas mídias como os "laminarios" (impressos para fins educacionais, maiores que os cartazes e com mais texto) também fizeram uma forte aparição. A ilha se abriu para designers estrangeiros como Tadeusz Jodlowski, Albert Kapr, Jorge Frascara e a visita do japonês Shigeo Fukuda, que influenciou os designers locais com seu estilo. Da mesma forma, na Europa, despertou-se o interesse pelo que estava sendo feito em Cuba nas artes visuais. Nos anos 70, uma certa quantidade de atividade começou a se desenvolver no campo da embalagem, especialmente relacionada à indústria Habano e voltada para o mercado externo.

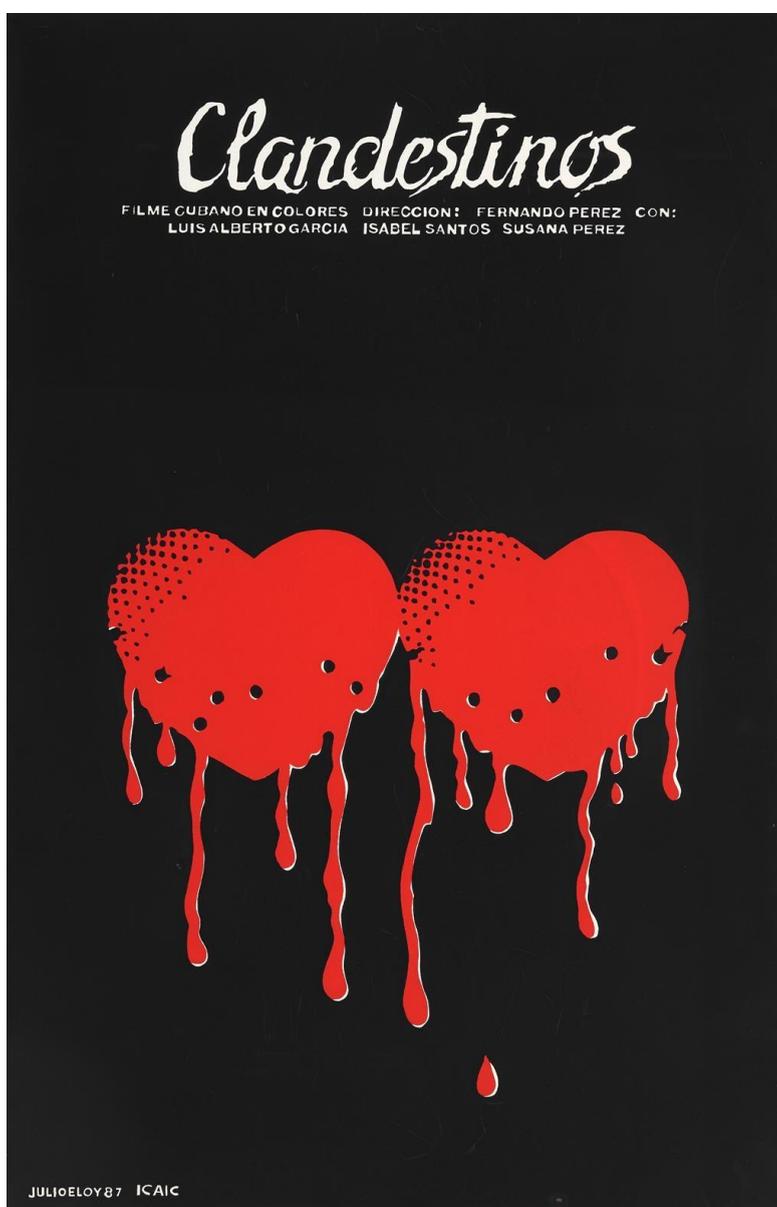
No período de 1976-1989, houve uma série de mudanças políticas e administrativas relacionadas com a incorporação de Cuba ao bloco econômico dos países socialistas, que afetaram o auge da produção gráfica no país. O isolamento produziu uma saturação dos estilos e códigos visuais utilizados até então pelos designers, que sem uma renovação tanto visual, expressiva como humana chega num momento de crise e estancamento do design gráfico cubano. Enquanto no resto do mundo a tecnologia dinamizou e moldou os códigos visuais e a forma de trabalhar em design e publicidade, em Cuba a tecnologia informática começou a ser introduzida nos anos 80, mas de forma tímida e limitada.

Todos estes fatores, assim como a saída do país de alguns designers importantes (Antonio Fernández, Félix Beltrán) ou o abandono de sua atividade por outros, não facilitaram uma melhoria quantitativa ou qualitativa no campo do design durante estes anos. Em 1980, foi fundado o Escritório Nacional de Desenho Industrial (ONDI), em 1984 o Instituto Superior de Desenho Industrial do ISDI, atualmente a única faculdade de design em Cuba.

Na década de 1990-2000 o panorama econômico e social de Cuba sofreu uma crise devastadora, provocada pelo colapso do campo socialista. Muitos designers tornaram-se independentes e pequenas agências de publicidade começaram a proliferar, dedicando-se principalmente a resolver os problemas de comunicação e identidade de algumas empresas envolvidas no turismo ou na indústria farmacêutica. O Comitê Prográfica Cubana nasceu em

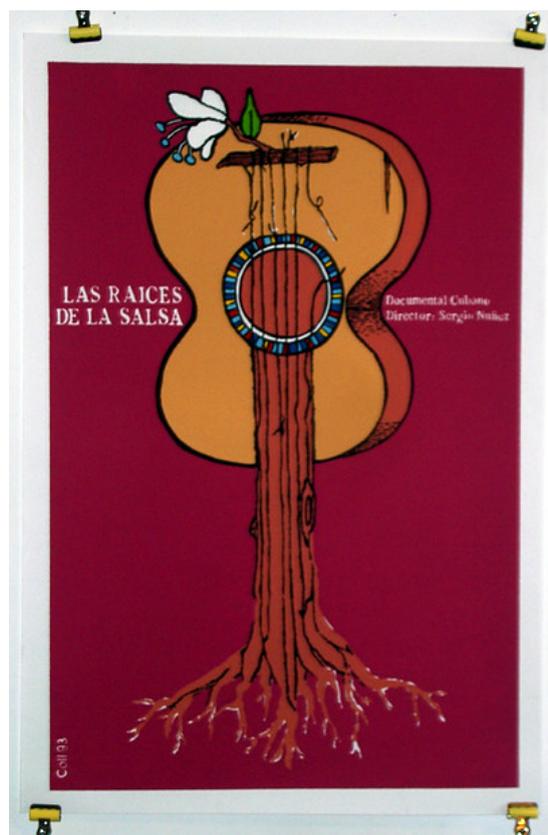
1992, uma entidade não governamental - embora patrocinada pelo Conselho Nacional de Artes Plásticas do Ministério da Cultura cubano - formada por um grupo representativo de designers com o objetivo de promover o design. PROGRÁFICA é membro do ICOGRADA (International Council of Graphic Design Associations), agora WDO - World Design Organization, desde 1997, e vários de seus congressos foram realizados em Havana. O cartaz, esse veículo essencial do design gráfico cubano, muitas vezes ligado ao cinema, ainda está presente em artistas como Julio Eloy Mesa, Néstor Coll, Nelson Ponce, Edel Rodriguez, Raupa, e o artista digital Eduardo Moltó.

Imagem: Pôster de Filme (Julio Eloy Mesa)



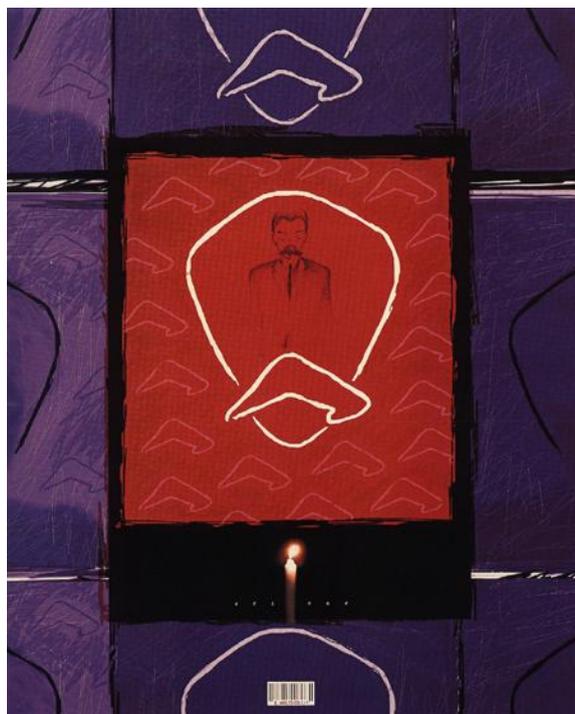
Fonte: <https://www.mutualart.com/Artwork/Clandestinos/F24A5FD0015B839EC0D6789EB4D51D10>

Imagem: Pôster de Filme (Nestor Coll)



Fonte: <https://www.flickr.com/photos/cubanmovieposters/4267315056>

Imagem: El velador (Eduardo Moltó)



Fonte: <http://www.cubaliteraria.cu/marti-en-la-hora-actual-de-cuba/>

Memória gráfica de Havana

Observando o cenário do patrimônio cultural no que ao design gráfico se refere, não se pode deixar de lado o conceito de memória gráfica. Utilizado para denominar uma linha de estudos, por meio da memória gráfica podemos analisar artefatos visuais como parte de uma identidade local através do design (FARIAS, 2017), e esse constitui o objetivo deste ponto da pesquisa. Portanto, partindo de tal campo de estudo analisamos a produção gráfica na cidade de Havana em busca de traços de uma identidade construída através do contexto.

Como porta-voz da memória gráfica de Havana, na atualidade encontramos o projeto “CartelON”. Trata-se de um programa para promover a impressão serigráfica em Cuba, que iniciou seu trabalho no ano de 2016, convocando para um concurso dedicado ao "30 Aniversário da EICTV - La Escuela de Todos los Mundos", por meio de um convite a artistas, a desenharem cartazes em homenagem a este importante evento. Nos últimos 5 anos, o projeto realizou cerca de vinte exposições associadas a seus concursos e folders de cartazes serigráficos, tanto em Cuba como no exterior, levando a arte gráfica cubana a outras latitudes, como Espanha, Itália, México, Estados Unidos da América e Uruguai, entre outros.

A estratégia do projeto CartelON deve ser entendida como um canal de promoção da arte gráfica em Cuba, incentivando a produção de serigrafia no país e servindo como referência, tanto para os seguidores do tema em Cuba e no exterior, quanto para aqueles designers que estão começando a dar seus primeiros passos no mundo da serigrafia, uma tradição que define o modo de fazer do design cubano.

Imagem 19: Exposição de cartazes, projeto CartelOn.



Fonte: <https://www.facebook.com/cartelon.cuba/photos/4355614434466429>.

Sobre a memória gráfica de Havana, foram detectados alguns sinais de identidade. Partindo do estudo das principais peças gráficas que compõem a história do design em Havana (Imagem 20), se entende que existe uma marcada influência no estilo gráfico dada principalmente pela tradição serigráfica de impressão, o que limita o modo de fazer a uma quantidade de cores específica, mas que ao mesmo tempo aporta uma visualidade que mesmo com traços diversos possui uma forte assinatura que faz do produto um emblema do contexto. Encontramos também traços de identidade como o uso da gestualidade e as linhas soltas representando um modo de expressão do designer, que não se apega a uma representação realista do objeto e sim a um conceito por trás da peça comunicativa. Sobre a paleta de cores, percebemos uma diversidade com tendência a tons saturados e o preto como protagonista em um grande número de peças. O vermelho é a segunda cor predominante, quando analisamos os produtos desde um panorama geral, como se de uma galeria se tratasse.

Imagem 20: Seleção de pôsteres cubanos.



Fonte: <https://www.facebook.com/cartelon.cuba/photos/4355614434466429>

Um segundo ponto de identidade marcada no design gráfico, com uma forte presença no país e também no exterior são os produtos relacionados com o mercado do rum e dos charutos, que são tradição e sinal de “cubanía”. Assim proponho um bosquejo neste tema.

A principal marca que sustenta este mercado é chamada de Cuba Ron S.A. trata-se da organização que se estabeleceu como produtora de grandes marcas de rum em Cuba, criando um repositório das mais fiéis tradições da cultura do rum cubano como uma parte enriquecedora e inseparável da cultura nacional. Entre os produtos desenvolvidos estão: Santiago de Cuba (Rum), Cubay (Rum), La Estancia (Sucos e conservas), Legendário (Rum). Uma das bebidas alcoólicas cubanas mais comercializadas internacionalmente é o Rum Havana Club, que com uma ampla gama de produtos tem alcançado muito reconhecimento no mundo da hosteleria.

Imagem 21: Rum Cubano, Legendario.



Fonte: <https://legendario.com/>

Imagem 22: Rum Cubano, Havana Club.



Fonte: <https://havana-club.com/es/>

Imagem 23: Rum Cubano, Santiago de Cuba.



Fonte: <https://www.ronsantiagodecuba.com/es/ron/>

Outro mercado com uma presença muito forte é o dos charutos, com marcas muito conhecidas tanto no entorno nacional como internacional. No que ao design se refere, as etiquetas são fonte de “cubania” também, pois representam legado e tradição.

Imagens 24: Etiquetas de charutos cubanos, Petit Robustos.



Fonte: <https://cabinettb.com/2023/03/29/los-precios-de-los-cubanos-por-que/>

Imagens 25: Etiquetas de charutos cubanos, Variedade.



Fonte: <https://ar.pinterest.com/pin/845339792577219445/>

Neste ponto percebe-se também a existência de traços identitários, pois se mantém a presença predominante do croma vermelho e ao mesmo tempo em ambos produtos (rum e charuto) destaca o uso do dourado como símbolo de qualidade. O design cubano pondera nas suas artes o trabalho tipográfico como fonte de interesse e impacto visual.

Imaginários urbanos de Havana

Os Imaginários urbanos referem-se às representações mentais e coletivas que as pessoas têm das cidades. Estes imaginários são construídos a partir de experiências pessoais, interações sociais, narrativas culturais, mídia e diversas outras influências. Eles incluem ideias, estereótipos, sonhos e medos associados a espaços urbanos específicos ou ao ambiente urbano em geral. Podem variar amplamente de pessoa para pessoa e de cultura para cultura. Eles não são apenas reflexos objetivos da realidade urbana, mas também são moldados por emoções, memórias, desejos e percepções individuais e coletivas. Os imaginários urbanos desempenham um papel significativo na forma como as pessoas interagem com as cidades, como se identificam com esses espaços e como percebem o mundo ao seu redor. Eles também têm um impacto importante no desenvolvimento urbano, na política, na cultura e na construção da identidade social.

Observar a cidade desde seus imaginários nos leva a um caminho fértil de análise, onde o design gráfico por meio dos processos simbólicos define o contexto e ao mesmo tempo desenrola a trama de significações diversas que nele circulam. Assim, nesta pesquisa pretendo uma breve imersão nas cidades imaginadas como via de entendimento dos símbolos que ali se desenvolvem.

No caso de Havana, muitos são os símbolos que marcam a visualidade no design. Como em todo país, os emblemas nacionais marcam uma pauta de cor importante, que é o caso da bandeira (figura 2), que carrega muitos anos de existência e eleva o vermelho, o azul e o branco numa dimensão de identidade nacional que foge dos limites do consciente, para entrar no território simbólico onde essas cores definem o sentido de pertença do cubano. Assim encontramos na gráfica cubana uma variada produção com uma paleta formada pelo preto e vermelho, cores associadas também à uma Cuba revolucionária, derivada da bandeira do movimento “26 de julho”, um dos ícones da luta pela independência em Cuba.

Imagem 26: Fotografia de bandeiras cubanas.



Fonte: <https://www.cubanet.org/destacados/castrismo-los-que-tambien-fueron-asesinados/>

Para entender o entorno imaginário de Havana, pretendo estabelecer uma conexão entre visualidade urbana e o campo de significações que dão lugar a uma forma de existência através dos símbolos. Ou seja, ao pensar na cidade, vem na minha mente elementos como a estrela solitária, traços fortes e ao mesmo tempo desgastados, e também uma paleta de cores saturadas. Havana é uma cidade patrimonial, onde a arquitetura, as pessoas e a forma de viver, nos leva diretamente ao passado, e assim percebemos também o design gráfico, que mesmo com matizes modernas, não consegue fugir da tradição. Portanto, neste ponto da pesquisa pretendo chegar a um consenso onde os imaginários urbanos possam dialogar com a prática do design gráfico na cidade.

Enxergar a peça gráfica como parte de um legado histórico e social nos leva até o entendimento do contexto como um espaço que transcende a barreira física. Ao mesmo tempo em que sua função é a de conectar com o usuário naquele momento para o qual foi criado, o design tem a capacidade de se expressar por si mesmo e sem ataduras.

Cidade e design, uma síntese do cotidiano por meio da identificação das ruas

Durante as leituras realizadas para esta pesquisa, fui pensando sobre que questões poderiam relacionar os conceitos de design e cidade de uma forma simples, direta e que ao mesmo tempo falasse de identidade para cada uma das capitais analisadas. Assim, me deparei com a

sinalização das ruas. Parecem elementos simples, usamos tanto no cotidiano que às vezes nem paramos para analisar o quanto carrega de identidade uma pequena placa.

No caso de Havana, as sinalizações das ruas têm tanta história como a própria cidade em si. Com 500 anos de fundada, é válido assumir que seria impossível resumir em um padrão único a forma de apresentar endereços, ruas e localidades.

Assim encontramos primeiramente, como um ícone da parte velha da cidade um tipo de sinalização mais antiga, geralmente são de barro, com bordas pretas, com os nomes centrados no formato e em maiúscula. Este elemento faz parte da identidade da cidade, mostra o caráter centenário do contexto, como se estivesse mostrando as ruas detidas no tempo da colonização espanhola. Os nomes das ruas, também remetem em grande medida a épocas passadas.

Imagem 27: Identificação das ruas de Havana, Obispo.



Fonte: <https://onlinetours.es/blog/cuba/calles-de-la-habana-vieja/>

Imagem 27: Identificação das ruas de Havana, Picota.



Fonte: <https://www.yucabyte.org/2018/12/07/mapas-en-cuba-geolocalizando-la-desconexion/>

Um segundo modo de sinalização das ruas, são os denominados “mojones”, na linguagem popular. Mas segundo o significado real dado pela RAE (Real Academia de Língua Espanhola) é um poste de pedra ou qualquer sinalização cravada no solo para marcar o limite de um território ou propriedade, ou para indicar distâncias e direções numa estrada.

Na Havana, trata-se de uma estrutura tridimensional que fica nas esquinas das ruas e faz referência a interseção. Este elemento, chama muito a atenção dos turistas por sua peculiaridade. Atualmente muitos estão em um estado de envelhecimento, quebrados ou danificados, mas ainda assim representam um símbolo físico da cidade que pode ser encontrado até na forma de souvenir (lembrança).

Imagem 29: Avenida de los Presidentes e 19.



Fonte: <https://www.cubapop.com/485/>

Imagem 30: Avenida Salvador Allende e Pozos Dulces.



Fonte: <http://www.abacq.org/calle/index.php?2009/03/07/333-la-habana-cuba>

O terceiro tipo de sinalização nas ruas de Havana, trabalha com planos de cor, tipografia sans serif, em caixa alta e baixa, e tem como função a de orientar os pedestres e motoristas sobre as ruas, endereços e lugares. É muito comum encontrar este tipo de sinalização em muitos países. No caso de Havana, as placas possuem uma cor plana que pode variar entre verde, azul e amarelo, com linha de contorno em branco ou preto, dependendo da cor de fundo.

Imagem 31: Identificação das ruas de Havana 3.



Fonte: <https://onlinetours.es/blog/cuba/obispo/>

Brasília

“Brasília é construída na linha do horizonte. Brasília é artificial. Tão artificial como devia ter sido o mundo quando foi criado. Quando o mundo foi criado, foi preciso criar um homem especialmente para aquele mundo. Nós somos todos deformados pela adaptação à liberdade de Deus. Não sabemos como seríamos se tivéssemos sido criados em primeiro lugar e depois o mundo deformado às nossas necessidades. Brasília ainda não tem o homem de Brasília. Se eu dissesse que Brasília é bonita veriam imediatamente que gostei da cidade. Mas se digo que Brasília é a imagem de minha insônia, vêm nisso uma acusação. Mas a minha insônia não é bonita nem feia, minha insônia sou eu, é vivida, é o meu espanto. É ponto e vírgula. Os dois arquitetos não pensaram em construir beleza, seria fácil: eles ergueram o espanto inexplicado. A criação não é uma compreensão. É um novo mistério. — Quando morri, um dia abri os olhos e era Brasília. Eu estava sozinha no mundo. Havia um táxi parado. Sem chofer. Ai que medo. — Lúcio Costa e Oscar Niemeyer, dois homens solitários. — Olho Brasília como olho Roma: Brasília começou com uma simplificação final de ruínas. A hera ainda não cresceu.”

Clarice Lispector, “Brasília”. Rio de Janeiro: Jornal do Brasil, 1970.

Conhecendo a cidade

Entrando na análise de Brasília, partiremos da noção de que a cidade denominada Patrimônio Cultural da Humanidade, possui apenas 62 anos e passa por um processo de estruturação cultural. Muitas famílias da capital federal são constituídas por migrantes que vieram desde o período de construção até os dias de hoje.

Aqueles que nasceram na cidade representam hoje uma parcela significativa da população. Considerado um momento de transformação, nota-se uma demanda e movimentação cultural intensa, principalmente por esse segmento de brasilienses. Essa demanda reprimida por cultura é apontada por Calil (2008) como uma característica não só de Brasília, mas de todo o Brasil. Ele diz que:

Há um fenômeno novo na cena cultural brasileira: a sociedade em seus diversos extratos clama por vocalização, por oferta de espaços de lazer e convívio, por descentralização e regionalização, pela universalização da expressão artística, correspondendo ao acesso à representação e à participação cultural. Há uma sede de cultura no ar. (CALIL, 2008)

A cultura é uma forma de atuação, uma forma de ser e de viver que dá sentido à vida dentro das cidades. Por isso entendemos também que, “a cultura molda a identidade ao dar sentido à experiência” (WOODWARD, 2000, p.18). Dentro da cidade ressaltam-se ilimitadas mudanças culturais que, segundo Laraia (2007), resultam da dinamicidade do próprio sistema cultural e da multiplicidade dos comportamentos e saberes do ser humano, fazendo com que ainda hoje não tenhamos uma compreensão exata do conceito de cultura.

Voltando ao fato de que Brasília surgiu como uma cidade planejada e o processo de habitação ocorreu pela migração de outras regiões do Brasil, as novas gerações formadas por quem nasceu na cidade são responsáveis por parte da reivindicação das mudanças culturais. Guazina (2013) propõe que a setorização das atividades dos moradores é uma das características que diferenciam a capital das outras cidades. Diferentemente dos espaços urbanos múltiplos e misturados das outras cidades, em Brasília a setorização impacta diretamente na circulação das pessoas. A autora abordou a construção das identidades

culturais em Brasília por meio do mapeamento das representações identitárias resultantes de entrevistas com seis escritores que publicaram em 2010. Ela mostra que “para estes autores, a cidade é representada, em primeiro lugar, por meio da descrição ou menção ao cotidiano comum dos habitantes: a vida nas quadras, nos prédios, a relação entre vizinhos, as relações amorosas” (p. 8). Outra representação é dada pela própria experiência de vida na cidade, gerando o que é denominado como “minha Brasília”. A cartografia mental da cidade também é mostrada de um ponto de vista humanístico, a partir de histórias pessoais vividas pelos autores. Guazina (2013) diz também que:

A mistura, uma das características mais presentes da identidade brasileira, passa a ser também representação da cidade, uma vez que se o traçado é padronizado, as origens, interesses e experiências de vida dos moradores são diversas e conflitantes. (p. 9)

De Sá (2010) mostra 50 modos de armar uma identidade sob o panorama cultural de Brasília. Reafirma a necessidade de uma identificação do brasiliense por uma cultura própria, dizendo que “o espectador percebe a cultura brasiliense como urgência, uma forma de driblar a cidade burocrática, feita de artificialismo nato” (p. 139). Trata da ocupação da cidade juntamente com o surgimento de artistas locais nos anos 80 como forma inicial da formação cultural própria.

O autor (2010) aponta que a cultura está também na mobilidade da cidade e tenta naturalizar-se vindo de fora e se adaptando ao local, como também nasce de Brasília, de forma ousada. Bandas que hoje marcam o rock nacional e surgiram na chamada Era do Rock em Brasília (Plebe Rude, Capital Inicial, Legião Urbana), e a ocupação do espaço verde da cidade (Concha Acústica, Parque da Cidade, Lago Paranoá) são, dessa forma, símbolos representativos da cultura da capital.

Entre os trechos irônicos de antagonismo entre admiração e crítica, o autor mostra que Brasília possui uma linguagem e produção cultural próprias, mas por outro lado é vista como uma cidade administrativa, na qual o morador deve ir embora caso queira reconhecimento. Para ele, há uma efervescência cultural e ao mesmo tempo uma busca por uma cidade silenciosa, fazendo com a cultura se esconda nos porões da cidade (De Sá, 2010). Teixeira (2011) estudou as condições sociais para o surgimento de profissionais de reconhecido prestígio no campo das artes e da cultura em Brasília, identificando razões para a

diferença na produção e maturação de talentos quando comparada à outras cidades. O autor (2011) desconstrói os mitos de Brasília como “capital de um império artificial e fascista, cidade de arquitetos, espaço sem esquinas, onde trafegam transeuntes dispersos, entre verdes tapetes de grama (p.26) e de pessoas frias e distantes. Ele também propõe que:

Alguns expoentes promoveram um verdadeiro modismo inicial e fazer realizar uma apologia exacerbada da cidade, que seria construída e transformada em uma verdadeira Epopeia, a partir dos esforços e discursos carismáticos de Juscelino Kubitschek, e que desembarcaram na onda de misticismo que permeia a cidade desde a sua fundação e/ou em um tipo de poesia ou prosa do seu cotidiano que procura revelar tão somente os aspectos bem-sucedidos daquela utopia socialista. (TEIXEIRA, 2011, p.36)

A solidão, o tempo e o espaço em Brasília são temáticas muito fortes ao se tratar de Brasília. No Plano Piloto há “uma aversão a todo tipo de ‘muvuca’” (TEIXEIRA, 2011, p.64), o que é motivo de orgulho para muitos cariocas e paulistas, por exemplo, ao tratarem de suas cidades. O próprio plano urbanístico de Brasília dificulta a aglomeração de pessoas e que se torna intransitável como outras grandes cidades. Essa solidão de Brasília seria consequência da imensidão dos espaços urbanos e da falta de dispersão ou saída para o mar e, por outro lado, leva à construção de laços afetivos mais duradouros. Outro benefício do plano urbano da cidade é a ajuda na promoção do encontro do indivíduo consigo mesmo, considerado menos provável de ocorrer em outras cidades (TEIXEIRA, 2011).

O projeto urbanístico de Brasília, projetado por Lúcio Costa, vencedor do concurso de 1957 para o plano da Nova Capital, teve sua forma inspirada pelo sinal da cruz. No entanto, o formato da área é popularmente comparado ao de um avião. Na extremidade noroeste do Eixo Monumental estão os edifícios regionais, enquanto no extremo sudeste, perto da costa do Lago Paranoá, estão os edifícios do governo federal, em torno da Praça dos Três Poderes, o coração conceitual de Brasília. A cidade é dividida em setores temáticos, como o de Habitações Coletivas, Comercial, Hospitalar, Hoteleiro, Cultural e de Diversões

Lúcio Costa projetou o Eixo Monumental como uma área aberta no centro da cidade onde se situa a Esplanada dos Ministérios. O gramado retangular da área é cercado por duas amplas vias expressas, que formam a principal avenida da cidade, onde muitos edifícios públicos, monumentos e memoriais estão localizados. Este é o corpo principal do "avião" que forma a cidade. O Eixo Monumental assemelha-se ao National Mall, em Washington, D.C., e é a via

pública mais larga do mundo, com 250 metros de largura. A Praça dos Três Poderes é um amplo espaço aberto entre os três edifícios monumentais que representam os três poderes da República: o Palácio do Planalto (Executivo), o Supremo Tribunal Federal (Judiciário) e o Congresso Nacional (Legislativo). Como em quase todos os logradouros de Brasília, a parte urbanística foi idealizada por Lúcio Costa e as construções foram concebidas por Oscar Niemeyer com projetos estruturais de Joaquim Cardozo.

Conjuntos habitacionais em padrão modernista foram construídos pelo governo no Plano Piloto. As zonas residenciais da cidade são organizadas em "superquadras", que são grupos de edifícios de apartamentos, juntamente com um determinada quantidade e tipo de escolas, lojas e espaços abertos. Após o Lago Paranoá, separado do centro da cidade, foram construídos setores habitacionais, não previstos no projeto original, que hoje contam com casas de alto padrão. Originalmente, os planejadores da cidade imaginaram extensas áreas públicas ao longo das margens do lago artificial, mas durante o desenvolvimento inicial da capital, clubes privados, hotéis e residências de luxo ocuparam a área em torno da água.

Separadas do Plano Piloto estão as suburbanas cidades-satélites, que incluem Gama, Ceilândia, Taguatinga, Guará, Vicente Pires, Águas Claras, Samambaia, Núcleo Bandeirante, Sobradinho e Planaltina. A capital do Brasil é a única cidade do mundo construída no século XX para ser premiada (em 1987) com o status de Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade pela UNESCO.

Imagem 32: Arquitetura em Brasília 1, Palácio de Alvorada.



Fonte:<https://oglobo.globo.com/politica/visita-ao-palacio-da-alvorada-suspensa-partir-desta-quarta-feira-233288>

77

Imagem 33: Arquitetura em Brasília 1, Palácio do Planalto.



Fonte:<https://brasilecola.uol.com.br/brasil2/palacio-do-planalto.htm>

Imagem 34: Arquitetura em Brasília 1, Catedral de Brasília.



Fonte: <https://www.topensandoemviajar.com/catedral-de-brasilia>

O Palácio da Alvorada (Imagem 32), o Palácio do Planalto, a Catedral Metropolitana (Imagem 34), tal como a maioria dos edifícios oficiais na cidade, foram projetados por Oscar Niemeyer e Joaquim Cardozo seguindo o estilo da arquitetura moderna brasileira. Vistas desde o Eixo Monumental (Imagem 35), a calota à esquerda do edifício do Congresso Nacional do Brasil é a sede do Senado e a da direita é a sede da Câmara dos Deputados. Entre eles há duas torres de escritórios. O Congresso também ocupa outros edifícios no entorno, alguns deles interligados por um túnel. Na frente do prédio, há um grande gramado e um lago, enquanto do outro lado do edifício está a Praça dos Três Poderes. O paisagista brasileiro Roberto Burle Marx projetou os jardins modernistas de alguns dos principais edifícios da cidade.

Imagem 35: Uma cidade de curvas 1, Eixo Monumental.



Fonte: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/esplanada-e-eixo-monumental-serao-parcialmente-fechados-no-fim-de-semana.ghtml>

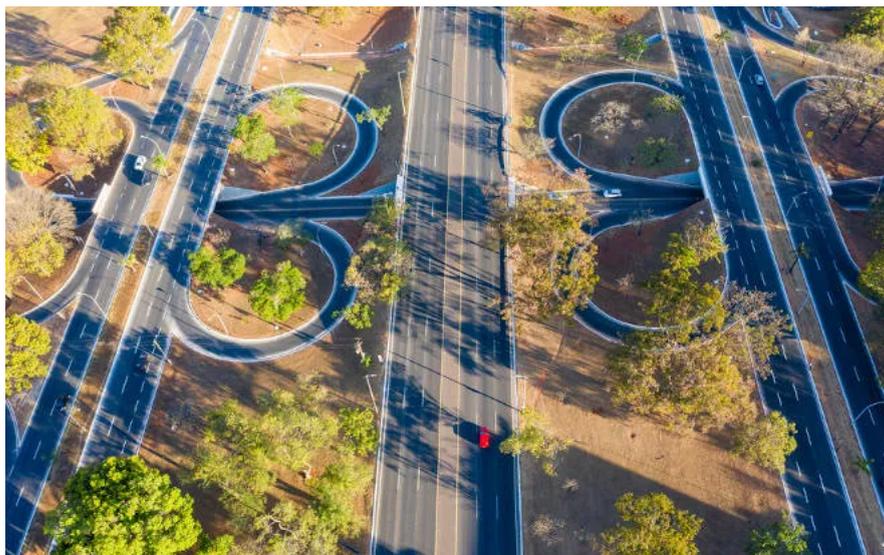
Imagem 36: Uma cidade de curvas 1, Ponte JK.



Fonte: <http://guiajuanluishermida.com.br/2017/07/04/ponte-jk/>

A Ponte Juscelino Kubitschek (Imagem 36) serve como ligação entre o Lago Sul, Paranoá e São Sebastião e a parte central do Plano Piloto, através do Eixo Monumental, atravessando o Lago Paranoá. Inaugurada em 15 de dezembro de 2002, a estrutura da ponte tem um comprimento de travessia total de 1 200 metros, largura de 24 metros com duas pistas, cada uma com três faixas de rolamento, duas passarelas nas laterais para uso de ciclistas e pedestres e comprimento total dos vãos de 720 metros. Ela foi projetada pelo arquiteto Alexandre Chan e estruturada pelo engenheiro Mário Vila Verde. Chan ganhou a Medalha Gustav Lindenthal por este projeto. A ponte é constituída por três arcos de aço assimétricos de 60 metros de altura que se cruzam em diagonal. Foi concluída a um custo de \$56,8 milhões.

Imagem 37: Eixão e tesourinhas.



Fonte: <https://ohappyway.com/brasil-vista-de-cima-fotos-aereas/>

Um pouco da história do design gráfico em Brasília.

A história do design no Brasil está marcada pela apropriação de um estilo importado da Europa, principalmente da Alemanha, muito similar ao que aconteceu em Cuba.

Para entender o marco histórico do design no Brasil não podemos esquecer, a criação da Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI), no então Estado da Guanabara, em 1962, pois o regulamento profissional do designer foi traçado de fato, a partir de sua implantação. A ESDI, se ajustava ao plano desenvolvimentista esboçado pelo partido do governador Carlos Lacerda, a UDN, e praticado pelo lacerdismo. Na época, o design era uma novidade, como profissão era totalmente incipiente, e portanto surgiram desse contexto algumas máximas como a de que "design se faz fazendo" para justificar a pouca fundamentação teórica do curso da ESDI. Tal assertiva conferia ao exercício profissional em design um caráter vocacional e iniciatório, baseado na própria prática. No livro, *Design no Brasil: Origens e Instalação*, Lucy Niemeyer faz uma análise interessante, esclarecendo a ideia de que o próprio marco de surgimento do design elimina da equação qualquer ideia emancipadora da profissão, sendo esta totalmente dependente da sua origem.

A análise de todo esse processo histórico nos leva a crer que é bastante questionável o caráter emancipador atribuído ao design. O designer se apresenta com frágeis compromissos éticos, estando sua atividade à mercê dos interesses do capital internacional e a serviço da conservação dos interesses das classes dominantes, sem consciência de seu papel social,

decorrente de sua interferência na nossa cultura material, na segurança, no conforto e na satisfação do usuário dos produtos por ele projetado. A pouca fundamentação teórica do curso de graduação moldado pela escola pioneira não determina um campo de conhecimento específico do designer, fragilizando seu posicionamento frente a profissionais de áreas afins - tais como arquitetos, engenheiros, publicitários - dificultando a interlocução com pessoas com outra formação e o reconhecimento de sua competência pelo mercado potencial de trabalho. (NIEMEYER, 2007)

No decorrer da história do design brasileiro existem pontos marcantes, que deixarei nesta pesquisa a modo de linha do tempo, e como dado para encaixar dentro desse universo a cidade de Brasília que é o foco da análise.

Assim, chegamos à cidade planejada, Brasília, a imagem maior e mais eloqüente do Governo JK, que veio corroborar o lema de sua campanha eleitoral “50 anos em cinco”. O ritmo acelerado das construções que mobilizaram um contingente enorme de trabalhadores de todos os pontos do Brasil, os candangos, que fizeram surgir do cerrado as formas harmoniosas e inéditas de Oscar Niemeyer (1907-2012), sobre o traçado urbanístico de Lúcio Costa (1902-1998). Palácios, residências, igrejas, monumentos eram a expressão em concreto de uma ideologia, de uma concepção de poder. Eram impactantes, fortes, arrojados, inovadores. As formas de Brasília, onde novas soluções construtivas estimulavam a busca de concepções formais em várias áreas, fizeram com que artistas, paisagistas e designers do Brasil fossem chamados para contribuir com seu talento no embelezamento da nova capital. Houve uma explosão urbanista, que levou a um resgate de valores estéticos nacionais, sobretudo nos grandes centros do país.

Sobre a identidade no design brasileiro, Lucy Niemeyer expressou:

A estética modernista esteve presente nas propostas originais dos cursos de design no Brasil. Neles estava expressa a preocupação de que fosse encontrada uma linguagem formal em design que sintetizasse as concepções artísticas contemporâneas com elementos da tradição nacional. Porém, quando se implantou o curso da Esdi, os primeiros professores de projeto fizeram com que prevalecesse a estética racionalista da Escola de UIm (. . .) e coibiu, por longo tempo, a emergência de outras abordagens em projeto de design. (NIEMEYER, 2007)

Então, sobre o design gráfico de Brasília, podemos dizer que tem raízes profundas na história da cidade e reflete a sua evolução ao longo das décadas. Desde a sua fundação em 1960, Brasília se destaca como um polo cultural e artístico, o que naturalmente influenciou o desenvolvimento do design gráfico na região.

O curso superior de design chegou à Universidade de Brasília no ano de 1988, com o nome de Desenho Industrial e esteve subordinado ao Departamento de Artes Visuais, no Instituto de Artes. Mas, em abril de 2004, desvinculou-se e ganhou o status de departamento. Uma maior procura pelo curso e o aumento do quadro de professores trouxeram uma percepção de que o curso crescia e afirmava-se como uma área específica. Então, em março de 2004, foi criado o Departamento de Desenho Industrial, independente do Departamento de Artes Visuais (VIS). O curso de Bacharelado em Design da UnB foi o primeiro instituído na região Centro-Oeste e desde sua criação já formou mais de 1000 designers. Desde o ano 2013 instaurou-se a pós-graduação em Design, consolidando assim a vocação para a pesquisa dos professores do departamento.

No Brasil, por volta dos anos 60 surgem revelações contrárias ao racionalismo ditado pelos preceitos de algumas escolas tradicionais como as de Ulm, entre elas a influência da Pop Art, essa que foi vivida como uma explosão de juventude em todos os seus aspectos. Dessa forma, a arte brasileira dos anos 60 envolveu um estilo pop com um amor explícito, cercado de experiências vividas, com muitas críticas. Era a vez dos jovens influenciados pelas idéias de liberdade como a do "Carrão na Contramão", ideia essa surgida durante o período da jovem guarda, da chamada geração rebelde, que começava a se opor à sociedade de consumo vigente.

O movimento Pop Art, que nos anos 50 vivia recluso em bares nos EUA, passou a caminhar pelas ruas nos anos 60, influenciando novas mudanças de comportamento do jovem no Brasil, principalmente devido a Jovem Guarda, como a contracultura e o pacifismo do final da década. Mudanças drásticas fizeram parte do Design ao longo da década, contribuição do pop é o modernismo continuava o seu trajeto, ocorre um sucesso dos cartazes do tipo psicodélicos, provando que a máxima modernista do menos é mais nem sempre é a melhor opção.

O design adquiriu força e importância no mercado gráfico do Brasil. Durante os anos 50, o país deu um grande salto na sua industrialização, às embalagens na época, cuja única função era proteger o seu conteúdo, foram adquirindo forma e cores diferentes, ganhando um papel na hora de persuadir o consumidor na hora da compra. O design estava dentro da indústria gráfica, interferindo e ordenando a informação (Camargo, 2003).

Existem influências externas tanto da Europa quanto dos Estados Unidos nas técnicas e do movimento modernista no Brasil. Desde que a atividade do design passou a ser praticada regularmente no país, há cerca de trinta anos, vem sofrendo influências que a marcaram profundamente e que vêm se sucedendo no tempo (ESCOREL, 2000). As Revistas durante os anos 50 movimentaram um grande mercado, seu segmento mais movimentado era voltado para o público feminino em especial por causa do aparecimento das fotonovelas, causando uma febre, que fez com que as tiragens atingissem níveis recordes para a época. Os cartazes eram produzidos em ritmo massificado, dia-a-dia, se caracterizavam pelas pobres condições de produção e pela falta de identificação do autor, esse fator se deve a semi-clandestinidade e a uma autoria coletiva, onde a arte era fruto do trabalho de diversas pessoas como expressão pertencente ao coletivo e não de caráter individual. O sonho de uma sociedade igualitária manifestava-se, portanto, nas próprias condições de produção do design (MELO, 2006).

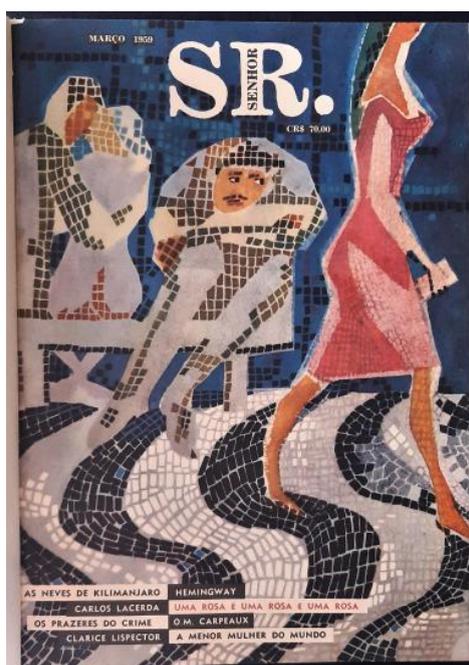
Como consequência, ao longo desse período, a linguagem visual passou a ditar as regras. O design era um excelente meio para medir a receptividade da sociedade em relação à mudança na linguagem publicitária, isso porque gerou um embate com a língua e sua manifestação concreta. Assumindo assim as características de seu tempo, surgindo de acordo com o seu idealizador. Nas artes, foram anos agitados, devido ao período de ditadura militar, onde existe um auge da censura e ao mesmo tempo uma vontade frenética de criar.

Devido ao problema de liberdade de expressão, o jornal foi à ferramenta de comunicação que mais teve problemas, mas nada que impedisse o surgimento de jornais como O Jornal da Tarde (sua primeira edição foi em 4 de janeiro de 1966, em São Paulo), que revolucionou o projeto gráfico dos jornais até então e o Pasquim que mesmo não mostrando uma revolução em nenhum campo do design em sua concepção, teve uma grande contribuição feita em nome do jornalismo impresso da sua época.

No início, o design gráfico em Brasília estava intimamente ligado à arquitetura modernista da cidade, projetada pelo renomado arquiteto Oscar Niemeyer e pelo urbanista Lúcio Costa. A simplicidade e a funcionalidade, características do modernismo, também permearam o design gráfico local. A comunicação visual estava fortemente ligada aos ideais políticos da época, representando o otimismo e a inovação associados à construção da nova capital do Brasil.

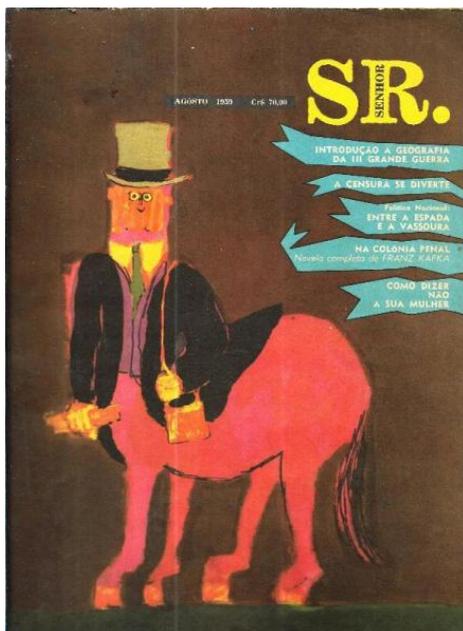
As mais importantes revistas surgiram nas grandes cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo, mas Brasília foi aos poucos consolidando-se na área de design, embora o caminho fosse mais lento por ser a sede do governo, e onde a censura se vivenciou mais rígida no período da ditadura militar. Exemplos delas são a Revista Senhor, com um enfoque na cultura, buscava demonstrar no seu projeto gráfico um grande apego na ilustração e nas artes plásticas. O seu layout se deve graças a Carlos Scliar e a Glauco Rodrigues, ambos os artistas com o cunho voltado para a pintura e o desenho. Foi idealizada como uma revista de cultura com seus fundamentos baseados na literatura que apresentavam uma pose comportamental sóbria e moderna para o seu tempo. Por outro lado, estava a revista Realidade, que exibiu a sua contribuição ao Design através da linguagem fotográfica muito bem resolvida em suas páginas. De tiragem mensal, havia tempo para reportagens maduras e marcantes, exibindo uma nova linha de jornalismo, modificando a linha técnica jornalística da época para o que conhecemos hoje.

Imagem 38: Revista Senhor, Primeira edição, 1959



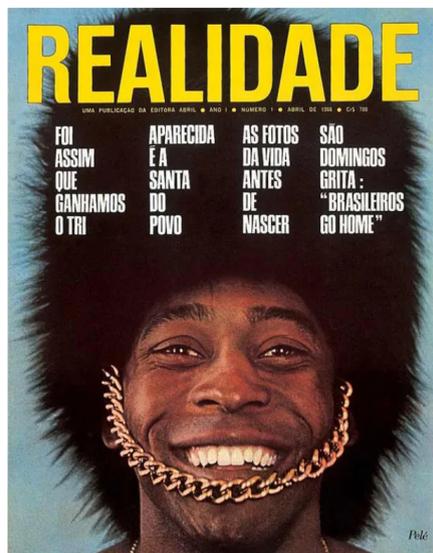
Fonte: <https://www.traca.com.br/livro/186753>

Imagem 39: Revista Senhor, 6ta edição, 1959



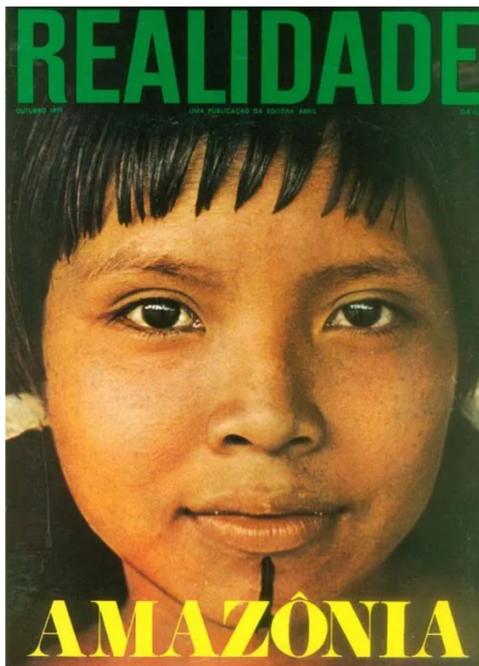
Fonte: <https://www.marcelinoliveiroleiloes.com.br/peca.asp?ID=2133760>

Imagem 40: Revista Realidade, Primeira edição, 1966



Fonte: <https://medium.com/@epimenta/realidade-50-anos-b0a4dbbda31f>

Imagem 41: Revista Realidade, 1971, No. 67.



Fonte: <https://medium.com/@epimenta/realidade-50-anos-b0a4dbbda31f>

Com o avanço tecnológico, especialmente a partir dos anos 1990, o design gráfico em Brasília acompanhou a transição do design analógico para o digital. Agências e estúdios adotaram softwares de design gráfico, o que permitiu maior flexibilidade e criatividade na produção de materiais visuais. A internet também desempenhou um papel importante, expandindo as oportunidades para designers locais mostrarem seu trabalho para o mundo.

No século XXI, Brasília viu um aumento na diversidade de estilos e abordagens no design gráfico. Uma nova geração de designers emergiu, trazendo consigo influências globais e culturais variadas. Projetos inovadores e colaborativos entre designers, artistas e instituições culturais tornaram-se mais comuns, enriquecendo o cenário do design gráfico na cidade.

Além de seu papel comercial, o design gráfico em Brasília também desempenha um papel crucial na preservação da identidade cultural da cidade. Muitos designers buscam inspiração na rica herança cultural do Brasil, incorporando elementos da arte indígena, da cultura afro-brasileira e do folclore em seus projetos, criando assim uma expressão visual única que representa a diversidade do país.

Em suma, a história do design gráfico em Brasília é uma narrativa dinâmica que reflete não apenas as mudanças estilísticas ao longo do tempo, mas também a identidade e a vitalidade

cultural da cidade. O design gráfico continua a evoluir, impulsionado pela criatividade e inovação dos designers locais, mantendo Brasília na vanguarda do cenário do design no Brasil.

Memória gráfica de Brasília

Não podemos falar sobre a memória gráfica de Brasília sem trazer o nome de Athos Bulcão (Nascido em Rio de Janeiro, no ano de 1918, falecido em Brasília, no ano de 2008). Pintor, escultor e desenhista brasileiro, cursava medicina e abandonou o curso pelas artes. Trabalhou com Portinari no Mural de São Francisco de Assis, na Pampulha. Em 1957, foi convidado pelo arquiteto Oscar Niemeyer para fazer parte da equipe de construção de Brasília. Mudou-se para a capital federal, em 1958, e desde então não a deixou.

Seu legado de mais de 300 peças, trouxe cores e formas geométricas para a arquitetura modernista, tornando-se um ícone da capital do Brasil. Suas obras são consideradas a “cara” de Brasília e uma verdadeira escola da azulejaria moderna.

A trajetória artística de Athos Bulcão é especialmente consagrada ao público em geral. Não ao que frequenta museus e galerias, mas ao que entra acidentalmente em contato com sua obra, quando passa para ir ao trabalho, à escola ou simplesmente passeia pela cidade, impregnada pela sua obra, que "realça" o concreto da arquitetura de Brasília.

Assim, encontramos estes traços de memória gráfica em uma cidade com pouco tempo vivido, mas com uma identidade sólida em formação. Athos Bulcão deixou uma Brasília interpretada nas duas dimensões, uma Brasília geométrica que vive hoje e viverá por sempre. A geometricidade, as curvas, a repetição e as cores fazem com que o brasiliense se identifique com sua obra como se retratasse uma realidade. Mesmo que as formas sejam abstratas, identificamos cantos, recursos, formas que nos fazem refletir sobre a modernidade desta cidade, de sua arquitetura e planejamento urbano.

Imagem 42: Azulejos de Athos Bulcão



Fonte: <https://www.fundathos.org.br/>

As cores da bandeira na cidade de Brasília, expandem sua significação e simbolismo. Resulta impossível pensar em identidade brasiliense e não pensar nas cores laranja, azul e verde. Uma mistura de cores que representa a cidade nos seus dois períodos marcantes, chuva e seca. Nunca tinha dado tanta importância à chuva, como o brasiliense faz. Hoje depois de vários anos morando aqui, cai na trampa e aprendi que devemos sim valorizar mais o que a natureza nos oferece. O céu azul mais lindo que vi até o momento, se entrelaça com um verde intenso, sempre presente na cidade, disfarçando uma terra laranja que encontra sempre a forma de aparecer na foto de paisagem brasiliense.

Imagem 43: As cores de Brasília



Fonte: Alejandra Alfonso

Não é um segredo então que a cidade de Brasília está marcada pela geometricidade, desde a arquitetura à forma em que foi planejada e até no design gráfico.

Imaginários urbanos de Brasília

Em relação ao imaginário da cidade, Teixeira (2011) discorre sobre duas visões opostas que se constroem em Brasília. De um lado, a insatisfação e o desencantamento de uma cidade planejada sobre a utopia, principalmente ligados à imagem política, às questões estruturais e o convívio social. Porém, aos que pensam assim, Teixeira (2011) diz que as “questões estruturais estão presentes em quase todas as cidades” (p.29), e que “a cidade de Brasília e sua população não têm nada a ver com a corrupção e os corruptores que os demais estados da Federação gestam ou elegem” (p.31). Do outro lado, o imaginário em uma visão positiva é encontrada (...) no orgulho de seus pioneiros, expoentes em campos específicos; na satisfação que é frequentemente demonstrada pelos habitantes mais antigos em relação às suas obras, quase todas concluídas; seu reconhecimento pela Unesco enquanto parto do patrimônio cultural da humanidade; na beleza de seus jardins, árvores e áreas verdes que parecem tornar quase todos os cidadãos cordiais e arejados; e por último, mas com similar importância, na

afetividade dos que lá nasceram pelo espaço da urbis, na qual alguns desfrutaram um grau de conforto e qualidade de vida invejável a outros centros urbanos do Brasil (p.35 e 36)

Cidade e design, uma síntese do cotidiano por meio da identificação das ruas

A identificação das ruas em uma cidade, incluindo Brasília, é um aspecto vital para a navegação eficaz e uma experiência positiva para os residentes e visitantes. A qualidade da identificação das ruas pode influenciar a facilidade com que as pessoas encontram seus destinos, além de contribuir para a segurança e o fluxo do tráfego.

Em relação à identificação das ruas de Brasília, é importante notar que a cidade foi planejada com base em um layout urbano único, dividido em quadras numeradas e setores. As ruas são organizadas em padrões lógicos, o que pode facilitar a orientação para quem está familiarizado com o sistema.

O arquiteto Danilo Barbosa é o responsável pelo icônico sistema de sinalização que se tornou um dos símbolos da capital do país. Tal relevância ganhou que as peças em tamanho original fazem parte do acervo permanente do MoMA, em NY.

Ao lado dos monumentos de Oscar Niemeyer, do urbanismo de Lúcio Costa e do design de Athos Bulcão, as placas criadas por Danilo, hoje com 47 anos, completam a narrativa estética coesa da cidade, símbolo máximo do modernismo e Patrimônio da Humanidade pela Unesco.

Imagem 45: Sinalização das ruas 1



Fonte:

<https://www.correiobraziliense.com.br/cidades-df/2023/07/5107569-sinalizacao-das-ruas-de-brasilia-faz-parte-do-acervo-de-museu-em-nova-york.html>

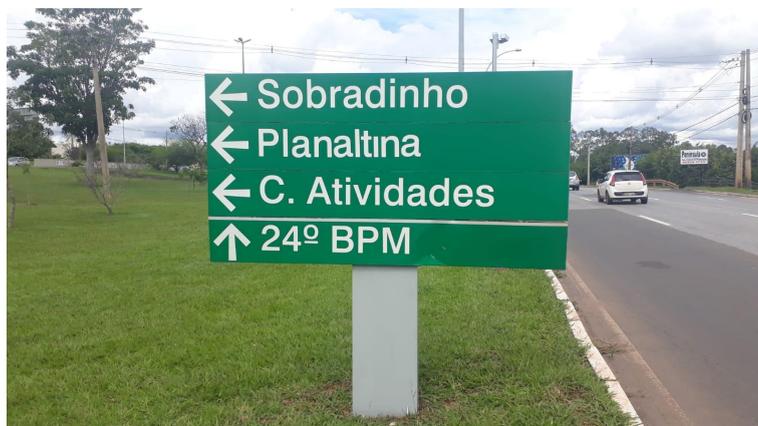
A sinalização de Brasília tem algumas peculiaridades, entre elas o uso de totens e a coloração das placas. As de fundo verde dão sinais direcionais, que mandam os usuários a algum destino. Ao chegar a esse destino, a sinalização terá fundo azul e letras brancas. As codificações de pontos turísticos seguem o padrão internacional, com fundo marrom, podendo dar uma informação direcional ou a identificação do local, sem setas.

Imagem 46: Sinalização das ruas 2, Quadras 107-307.



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/356628864226290503/>

Imagem 47: Sinalização das ruas 2, Bairros.



Fonte:

<https://jornaldebrasil.com.br/brasil/placas-no-lago-norte-recebem-manutencao-da-administracao-regional-e-do-der/>

O sistema de placas é pensado tanto para motoristas quanto para pedestres. Um exemplo são os prismas triangulares que identificam os blocos dentro das superquadras, informação que pode ser decodificada de qualquer direção. Outro são os totens localizados nos extremos das quadras, orientando a localização de cada um dos blocos. "Nem toda cidade tem sinalização para pedestres. É um grande diferencial de Brasília. A sinalização tem que abranger toda a população e o pedestre recebe a mesma atenção que o motorista", ressalta Danilo Barbosa.

Imagem 48: Sinalização das ruas 3.



Fonte: <https://euaxoque.wordpress.com/2011/01/28/vias-complexas-com-sinalizacao-deficiente/>

Imagem 49: Sinalização das ruas 3.



Fonte:

<https://www.correiobraziliense.com.br/cidades-df/2023/07/5107569-sinalizacao-das-ruas-de-brasilia-faz-parte-do-acervo-de-museu-em-nova-york.html>

Os espaços abertos de Brasília levaram a uma identificação das ruas por meio de totens, o qual é uma característica marcada da cidade, que apresenta uma formação diferente, não enquadrada no esquema tradicional das cidades.

CAPÍTULO 3

Abordagem semiótica do problema

O Objetivo deste capítulo é trazer uma discussão que por meio de um embasamento semiótico permita entender como poderia acontecer o processo de criação de uma assinatura de cidade na área do design gráfico. A análise consta de três abordagens, as quais são primeiramente, a estrutura de trajetória gerativa de Algirdas Julien Greimas, logo, o quadrado semiótico desde a proposta greimasiana, e por último, o conceito de semiosfera proposto por Iuri Lotman.

Trajétória gerativa

O projeto semiótico de Algirdas Julien Greimas defende a ideia de que todo discurso possui uma estrutura narrativa e uma lógica elementar. Partindo dessa abordagem, entramos no campo da semiótica para entender a articulação de conceitos, visualidades e formas de fazer dentro do contexto urbano das cidades de Havana e Brasília.

Sobre a trajetória gerativa podemos definir que é um conceito chave na teoria semiótica desenvolvida pelo linguista e semioticista francês Algirdas Julien Greimas, que é conhecido por sua contribuição significativa para a semiótica. A trajetória gerativa é uma parte fundamental da sua abordagem à análise semiótica.

Em termos simples, a trajetória gerativa de Greimas é uma maneira de entender como os significados são construídos e interpretados em um texto ou discurso. Ela explora as relações entre elementos significantes em um sistema semiótico. Greimas propõe que os significados são gerados através de uma série de transformações e relações entre unidades de significado, chamadas de "actantes" e "actância", que são os agentes e as ações em um dado contexto.

Dessa forma, o semioticista propõe um modelo que pretende estudar o discurso no plano do conteúdo, com as estruturas sêmio-narrativas e as estruturas discursivas. Tais estruturas definem um esquema de análise do conteúdo que busca a relação de significações com base

no universo semiótico estruturalista greimasiano onde, as relações de significado se dão por oposição fundamentalmente.

A trajetória gerativa envolve três níveis principais de análise. O primeiro: o nível do conteúdo, o qual trata dos elementos do texto que são diretamente observáveis e analisáveis, como palavras, frases, imagens, etc. O segundo é o nível da expressão, o qual lida com as estruturas formais e gramaticais do texto, incluindo como as palavras são organizadas em sentenças, parágrafos, etc. O terceiro ponto é o nível da objetivação, que é mais abstrato e refere-se aos conceitos e ideias subjacentes ao texto. Ele explora as relações entre os elementos do conteúdo e as estruturas da expressão.

A análise da trajetória gerativa visa descobrir padrões e regularidades nessas relações para entender como os significados são produzidos e interpretados. Ao examinar esses três níveis em conjunto, Greimas desenvolveu uma abordagem sistemática para analisar a estrutura profunda dos textos e discursos.

É importante notar que a teoria de Greimas é bastante complexa e envolve uma série de conceitos interrelacionados. A trajetória gerativa é apenas uma parte desse sistema mais amplo, mas é central para a compreensão de como os significados são construídos em contextos semióticos.

Partindo do modelo, analisamos soluções gráficas para entender como funciona a trajetória gerativa no design de comunicação visual da cidade de Havana.

Foram selecionadas um total de 10 peças gráficas de designers cubanos, com o objetivo de desestruturar a criação visual e comunicativa dentro da gráfica do contexto Havana. Nos anexos, podem ser apreciados mais detalhadamente cada uma das análises realizadas. No caso de Brasília analisamos três peças gráficas referentes a um mesmo evento: Festival de Cinema de Brasília. Propomos a continuação desta análise com um maior número de peças gráficas do design da cidade de Brasília, para um futuro projeto de pesquisa.

Assim, dividindo o conteúdo das peças gráficas com base no quadro da trajetória gerativa, conseguimos entender melhor a gráfica na sua generalidade, partindo ao mesmo tempo da singularidade de cada peça. A análise contou com três momentos básicos. O primeiro,

consiste na identificação do tema global da peça, com os elementos sintáticos e semânticos que o constituem. Logo, segue uma análise discursiva que pretende decodificar o universo semântico dentro de cada um dos casos estudados. Foram elaborados esquemas que resumem a abordagem feita, e nos quais pode-se encontrar uma breve descrição do designer que realizou o cartaz, e a seguir alguns outros exemplos da sua carreira. A ideia é trazer para o projeto uma amostra do design gráfico cubano, e que por meio da observação entender que a gráfica precisa em grande medida de ser exibida, estudada e conservada como fonte valiosa de identidade.

Imagem 50: Posters cubanos, Besos robados.



Fonte: <https://www.facebook.com/cartelon.cuba/posts/4181087441919130/>

Imagem 51: Posters cubanos, Hara Kiri.



Fonte: <https://www.facebook.com/cartelon.cuba/posts/3302618516432698/>

Imagem 52: Posters cubanos, Niños desaparecidos.



Fonte: https://visualcuba.com/asi_era_cuba/carteles_cuba/057.html

Observando cartazes cubanos tão conhecidos como os de Azcuy para *Besos robados*, Fernández Reboiro para *Harakiri*, Muñoz Bachs para *Niños desaparecidos*, pode-se apreciar uma independência estilística, além da comunhão visual proporcionada pela técnica de serigrafia, resolvida na metodologia de composição e no design do discurso. Ao mesmo tempo, percebe-se uma concordância, sujeita tanto à estruturação ilustrativa quanto ao emprego de códigos de leitura como ironia, desejo, tragédia e jogo. O cartaz do cinema cubano das duas primeiras décadas da Revolução ainda não foi estudado com todo o rigor e complexidade que exige, mas nesta pesquisa propomos uma abordagem para a visão do design gráfico como um patrimônio cultural de enorme valor histórico.

O cartaz *Besos Robados* por exemplo constrói seu significado a partir de uma imagem fotográfica de parte do rosto de um sujeito que é sobreposta pela marca de batom, relacionando o rosto em preto com o masculino e o vermelho com a boca feminina, o traçado da boca masculina com desenho reto, sem enunciar emoção de felicidade ou tristeza denota uma falta de reação do homem, enquanto isso, a boca vermelha se constrói em oposição a essa imparcialidade da boca masculina. A diferença de registro ou o fato das bocas não estarem posicionadas exatamente uma sobre a outra coaduna o mensagem verbal "besos robados" pois essa sobreposição pouco cuidada sugere pressa, velocidade enquanto a boca masculina sugere passividade diante da ação. Já no *Harakiri* pode-se analisar o rasgo no centro do cartaz como um movimento de automutilação, corte, esfaqueamento, rompimento. O gesto que ilustra o cartaz traz o gesto daquele que comete o harakiri que é a prática adotada pelos orientais em rituais de honra. No caso dos *Niños desaparecidos*, o desaparecimento da criança é construído pela ausência da figura infantil no cartaz, a bola sozinha indica que alguém que brincava com ela não brinca mais. Posteriormente, ainda no atual documento propomos uma análise destes três cartazes desde a abordagem do quadrado semiótico, traçando relações de afirmação e negação, concordância e oposição.

Esteticamente, a arte dos posters cubanos é influenciada pelo realismo socialista da década de 1960, pelos gráficos soviéticos e também pelos artistas gráficos da Espanha republicana, razão pela qual alguns posters lembram os da resistência da Guerra Civil. É uma anomalia no tempo, e ainda mais em um mundo globalizado, que em Cuba não haja publicidade comercial. Em seu lugar, há cartazes e outdoors com um discurso ideológico e social que

continuam a manter certas ideias e valores, tanto para os cubanos quanto para aqueles que vêm do exterior.

O design do pôster cubano durante a década de 1960 é um marco no mundo do design, pois reflete uma história de mudanças e processos representados de forma visual e acessível ao público, além de se tornar uma parte fundamental da identidade de um país inteiro.

Sobre a trajetória gerativa nos posters analisados, identificamos vários aspectos-chaves a destacar. O design cubano, busca por meio da ilustração, poder mostrar uma realidade disfarçada que utiliza a ironia e a metáfora como base para a transmissão de mensagens. No cartaz de *Besos Robados*, por exemplo, se faz uma metáfora entre a marca da boca e o beijo, que não aparece realisticamente mas que não deixa espaço a dúvidas sobre a mensagem que deseja comunicar o autor. Por outro lado, a mensagem no Pôster de *Harakiri*, não está tão clara, pelo fato de prescindir da referência humana, mas de igual forma a metáfora chega nos usuários e a mensagem é comunicada eficientemente. No cartaz *Niños Desaparecidos*, a metáfora está na ausência da criança e na presença da bola colorida. A técnica da Serigrafia imprime um carimbo de identidade, mas não limita os designers no processo criativo, que são os principais responsáveis pela escolha da técnica empregada. O fato de existir tal preferência pelo método de impressão serigráfico, acompanhado da vontade de referenciar as gerações passadas de designers de posters cubanos, cria uma visualidade no Poster Cubano que pode ser considerada como um traço de identidade dentro do design, sendo que se torna reflexo da cultura, do contexto histórico e social do país. A minha visão como designer gráfica, como cubana e ao mesmo tempo “habanera”, é a de que existe sim uma identidade, e além disso existe por parte da comunidade de designers, uma forte necessidade de respeitar e mostrar a influência dos grandes designers da década dourada do Cartaz de Filme Cubano.

Sobre a trajetória gerativa em posters criados em Brasília, escolhemos quatro peças de um mesmo evento mas criadas em anos diferentes. Trata-se do Festival de Brasília do Cinema Brasileiro, que é um festival sediado em Brasília, no histórico Cine Brasília, sendo o mais antigo do gênero no país. Surgiu por iniciativa do professor de cinema da Universidade de Brasília, Paulo Emílio Sales Gomes, em 1965, e é promovido pelo governo do Distrito Federal anualmente. Em suas duas primeiras edições, o evento se chamou Semana do Cinema Brasileiro. Uma das regras que o diferencia de outros festivais é que os filmes, tanto de longa

ou curta metragem, devem ser inéditos e preferencialmente, não terem sido premiados em qualquer outro festival nacional.

O design que apresenta a edição 24 do evento, faz referência em primeiro lugar ao prêmio do evento, por meio do ênfase dado pela diferenciação deste elemento com o restante da peça. Em segundas leituras perceptivas encontramos uma textura que faz referência a Brasília e aos azulejos geométricos de Athos Bulcão. A tipografia se torna protagonista através de uma disposição atrevida, diferente, que deixa o número da edição do festival como guia base para organizar o nome dentro do formato.

Imagem 53: 47 Festival de Brasília de Cinema Brasileiro.



Fonte: <https://www.rnp.br/noticias/rnp-participa-do-festival-de-brasilia-do-cinema-brasileiro>

No caso da proposta de design da edição 50, encontramos uma referência à arquitetura de Brasília, por meio de um estilo baseado no alto-contraste, nas cores vibrantes e uma organização que coloca os elementos a ambos extremos do formato, deixando um branco na zona central da peça. O uso de cores nos remete um pouco ao poster da edição 47 mas, não existem traços comuns entre ambos, sendo que apresentam estilos, tipografias e conceitos totalmente diferentes.

Imagem 54: 50 Festival de Brasília de Cinema Brasileiro.



Fonte: <https://cinemacao.com/2017/09/25/50o-festival-de-brasilia-vencedores/>

No pôster da edição 52 encontramos um estilo mais ilustrativo, com cenas referentes ao cinema, a presença do homem e da mulher, e também alguns ícones da cidade de Brasília como a forma de avião do Plano Piloto e as conhecidas tesourinhas. Esta vez o nome do evento tomou conta do centro do formato, sendo protagonista, mais ao mesmo tempo com uma relação bem estreita com as ilustrações que o acompanham.

Imagem 55: 52 Festival de Brasília de Cinema Brasileiro.



Fonte: <https://soudebsb.com.br/estreia-da-52a-edicao-do-festival-de-brasilia-do-cinema-brasileiro/>

Desde a minha visão o design da edição 54 tem uma referência clara à Brasília por meio do horizonte marcado pelo contraste entre o azul e o amarelo, deixando ver um resplendor

laranja nessa linha divisória. A metáfora entre a cabeça humana e um projetor de cinema, apoia o conceito do cinema do futuro, e nos faz refletir sobre as potencialidades e novas missões para o cinema brasileiro. Considero este uma peça gráfica muito interessante, porque consegue expressar o papel do homem no cinema, que ainda se tornou mais importante nesse momento em que tratava-se de uma edição virtual, onde os cinemas como espaço físico não estariam abertos e o próprio homem deveria ser responsável por projetar no seu ambiente as peças cinematográficas.

Imagem 57: 54 Festival de Brasília de Cinema Brasileiro.



Fonte:

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-11/54o-festival-de-brasil-divulga-filmes-das-mostras-competitivas>

As peças gráficas mostram uma diferença visual notável, desde a organização, os estilos gráficos até o tratamento dado à tipografia. Sobre a trajetória gerativa percebemos o uso de ícones como protagonistas dos discursos. Assim, as mensagens são estruturadas nos cartazes por meio de um elemento protagonista, vinculado ao cinema ou a Brasília. Não percebemos um tratamento cromático que carrega uma grande carga comunicativa, mas sim como recurso gráfico que aporta coerência e organização no design.

Quadrado semiótico

Um segundo ponto de abordagem semiótica da pesquisa, aborda a esquematização da análise por meio do quadrado semiótico greimasiano. Ele é usado para analisar as relações semânticas entre conceitos em um texto ou discurso. O quadrado semiótico é uma extensão

do modelo binário clássico, que explora as oposições entre conceitos opostos, como bem/mal, alto/baixo, etc.

O quadrado semiótico de Greimas introduz duas dimensões adicionais, permitindo uma análise mais complexa das relações semânticas. Sendo a dimensão principal do quadrado a que representa a oposição fundamental entre dois conceitos, como presença/ausência ou ação/inibição. Estes seriam por exemplo os polos opostos que estão sendo comparados. Por outro lado do quadrados encontramos o sintagma, que consiste na dimensão que refere-se às relações de correlação ou combinação entre dois conceitos. O sintagma representa como dois conceitos podem estar relacionados ou combinados em um contexto específico.

Assim, o quadrado semiótico é construído da seguinte forma: No vértice superior do quadrado, você tem o termo A (por exemplo, presença). No vértice inferior do quadrado, você tem o termo não-A (por exemplo, ausência). No vértice à esquerda do quadrado, você tem o termo B (por exemplo, ação). No vértice à direita do quadrado, você tem o termo não-B (por exemplo, inibição). E assim, as relações no quadrado podem então ser interpretadas da seguinte maneira:

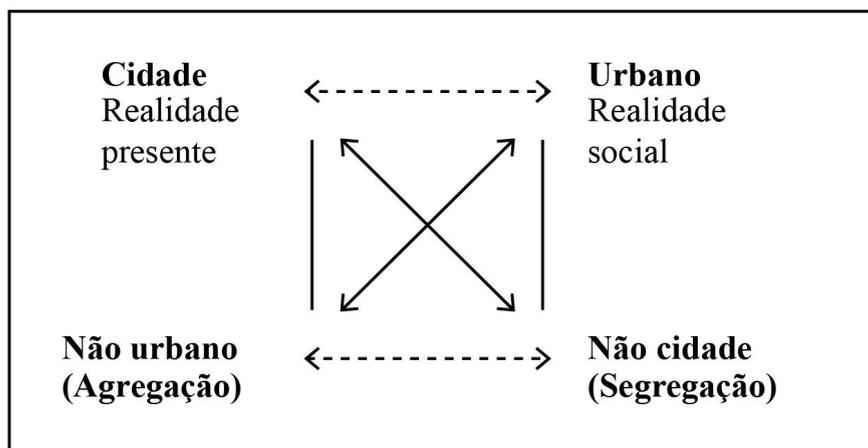
- Afirmativo: A relação entre A e B é afirmativa quando ambos os termos estão presentes ou são verdadeiros no contexto.
- Negativo: A relação entre A e não-B é negativa quando A está presente, mas B está ausente.
- Contraditório: A relação entre A e não-A é contraditória, indicando uma oposição direta entre os dois conceitos.
- Complementar: A relação entre B e não-B é complementar, indicando que um dos dois conceitos está presente, mas não ambos.

Essa estrutura permite uma análise mais rica e detalhada das relações semânticas em um texto, ajudando a entender as nuances e complexidades dos significados presentes nas narrativas e discursos.

Conforme Greimas e Courtés (2011), a identidade é um conceito, “não definível”, que se opõe “ao de alteridade”, que também “não pode ser definido”, mas, por uma relação de recíproca pressuposição, esse par é inter-definível e necessário para lastrear a estrutura elementar da significação em semiótica. (GREIMAS e COURTÉS, 2011, p. 252)

Logo depois de conhecer e entender como funciona este modelo, propomos na pesquisa então, um novo ponto de reflexão, onde possam ser analisadas as relações de oposição entre a cidade como realidade física, e o urbano como transcendência imaginária, onde um elemento depende do outro para sua existência. Seguindo essa linha de pensamentos, propomos um quadrado semiótico que relaciona os conceitos de cidade e urbano, desde os conceitos de Henri Lefebvre de realidade presente e realidade social.

Imagem 58: Nova Proposta de Quadrado Semiótico



Fonte: Alejandra Alfonso

Desta forma, a identidade no espaço urbano está ligada ao entorno físico, mas depende e se nutre ao mesmo tempo, do imaginário como fonte de criação, de inovação e de conexão social. Assim, os termos urbano e cidade tem, seguindo a lógica que o quadrado semiótico apresenta, duas vertentes. No momento em que entendemos que existe uma conexão entre o urbano e a cidade, colocamos eles em um ponto de união, onde a existência de um depende do outro. Por exemplo no caso de design gráfico de Havana, entendemos que a realidade presente que denominamos de cidade, e que ao mesmo tempo representa esse espaço físico e tangível, define um modo de fazer e comunicar no design, desde que essa realidade presente molda pensamentos, modos de se expressar, dados pelo conjunto de fatores que conformam os espaços de interação. Por outro lado, como todo processo comunicativo, a troca de informação é muito mais complexa do que um pensamento linear e de uma só direção. O urbano também entra num processo de negação da cidade, dado pelo fato do homem ser um ser em constante busca pela transformação, pela identidade. No momento em que o urbano se encontra com a cidade chegamos no que chamamos de identidade no espaço urbano, pois a

cidade se torna a plataforma onde se manifestam sentimentos, mensagens, códigos, ideias, que representam a uma generalidade da população daquele contexto, que mesmo num processo de segregação consegue se sentir identificado com determinados elementos. Mas quando a cidade nega o urbano, ela está num nível de solidão, onde o ser humano não faz parte desse processo de intercâmbio e a cidade se torna apenas um espaço natural, físico e não mais social.

Para entender esta abordagem colocaremos um estudo de caso. A cidade de Havana é conhecida pela tradição, riqueza cultural, antiguidade, como atributos da realidade social que são ao mesmo tempo um reflexo da realidade física, dada pela arquitetura de mais de 100 anos, os produtos históricos que fazem parte do dia a dia do cubano, os carros antigos, resultando assim no aspecto de uma cidade que parece perdida no tempo. Quem transita pelas ruas de Havana se depara com um entorno envelhecido, geralmente com pessoas nas ruas, conversando, andando, numa dinâmica de socialização que atrai a quem vem da correria do mundo capitalista.

No caso de Brasília, a cidade e o urbano se entrelaçam para transmitir características de uma identidade totalmente diferente. A arquitetura planejada, moderna, onde existe um equilíbrio entre o verde, o cimento e o céu, nos leva a um imaginário novo, com significados novos, porque o espaço é por si só, portador de sentimentos, de lembranças, de formas de viver, que o homem no intercâmbio natural da vida, enriquece, nutre y explora incansavelmente.

Uma aproximação à semiosfera através da identidade visual

Para enriquecer o debate trazemos como terceiro ponto de reflexão o conceito de semiosfera a esta pesquisa, porém devemos primeiramente estabelecer como ponto de partida que este não é um sinônimo de cultura. A semiosfera refere-se à cultura dentro de um ambiente semiótico. De tal forma, as linguagens e os códigos da cultura são “uma constelação de espaços semióticos e suas fronteiras”; mas ao mesmo tempo a semiosfera constitui o espaço em que essas linguagens estão imersas e onde podem funcionar somente graças a interação com esse espaço. (Lotman, 1990, 123;125). Com o conceito de semiosfera, Lotman geralmente designa uma ampla estrutura que constitui e cria cultura como um todo. Por tal motivo, tomamos como ponto de partida a ideia de que a semiosfera é o espaço semiótico necessário para a existência e funcionamento das linguagens.

Extrapolando estes postulados semióticos a pesquisa, entendemos que cada espaço urbano, cada cidade, tem a capacidade física, social e semiótica de guiar discursos, mensagens e formas de fazer e de ser. Assim analisaremos duas identidades visuais, as quais foram desenhadas para cada uma das cidades analisadas nesta pesquisa(imagem 59).

Imagem 59: Paralelo entre identidades de Havana e Brasília



Fonte: <https://designconceitual.com.br/2017/12/04/brasil-tem-nova-marca-oficial-divulgada/> e <https://brandemia.org/la-habana-cumple-500-anos-y-estrena-marca-ciudad-creada-por-estudiantes>

No caso da identidade visual de Havana, trata-se de um projeto de conclusão de estudos em Design de Comunicação Visual no Instituto Superior de Design da Universidade de Havana. Este projeto foi implementado no ano de 2018 e 2019 para a comemoração dos 500 anos da cidade. Foi elaborada uma campanha em três fases: primeiro, uma marca genérica para identificar a cidade, acompanhada do slogan "Real y maravillosa" (real e maravilhosa). Em segundo lugar, foi criada a marca de aniversário, acompanhada do slogan "Lo más grande".

E, em terceiro lugar, após o aniversário, ela procurará comunicar que o trabalho de Havana não termina após a comemoração.

Como lemos no blog Geo-Gráficas, até agora Havana não tinha uma marca que a representasse como uma capital, tanto nacional quanto internacionalmente, e que aumentasse sua atração turística e o senso de pertencimento da população. Diante dessa situação, o Governo da Província de Havana solicitou ao Instituto Superior de Diseño de La Habana (ISDi) que criasse uma marca para a cidade, que foi finalmente realizada pelos designers Biadice Quiñones e Joan Mendoza como parte de seu trabalho de tese de graduação.

Em termos visuais, os dois criativos escolheram recursos formais que se referem à aparência da cidade. Em termos de estrutura, eles optaram pela horizontalidade, que faz alusão ao extenso litoral da cidade. Eles também decidiram se inspirar na arquitetura tradicional, com suas arcadas, meios-pontos e vitrais, e tiraram dela a forma de arco. Com a continuidade das linhas, que descreve o contorno superior da paisagem urbana, eles se referem à estrutura da paisagem metropolitana, que se caracteriza por não haver diferenças extremas de altura entre os edifícios que a compõem.

Continuamos a análise com a identidade de Brasília, que surgiu por meio de um concurso promovido pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Distrito Federal (Fecomércio), com apoio de instituições de nível superior, agências de publicidade, fundações e entidades ligadas ao setor produtivo. O concurso Marca Brasília selecionou o design “Skyline” – criado pelos alunos do Centro Universitário IESB Igor Guimarães Borges e Matheus Gomes de Vasconcelos – como vencedora da disputa e do prêmio de R\$20 mil. A nova marca, com traços simples que remetem às principais obras de Oscar Niemeyer, foi escolhida em votação popular com a preferência de 46% do público votante, entre os 1.809 participantes.

A escolha vencedora levou em consideração aspectos que melhor destacavam a cultura da capital, bem como a singularidade arquitetônica. O aluno do último semestre do curso de Design Gráfico, Igor Borges afirmou que sua preocupação ao criar a marca foi de que as pessoas não se limitassem a ler, mas sentissem a palavra “Brasília”.

“Por isso as letras são alongadas, para dar a sensação do planalto, do horizonte aberto. As curvas representam os monumentos – Congresso Nacional, Catedral, Teatro Nacional, Museu Nacional – cartões postais da nossa cidade. A melhor sensação é saber que agora terei uma criação que estará na história da capital federal” – disse Igor.

Para Matheus Vasconcelos, graduado em Design Gráfico e aluno do curso de Arquitetura e Urbanismo do IESB, a marca de toda cidade é sua arquitetura. Segundo o designer, o objetivo era passar a monumentalidade de uma cidade moderna como Brasília.

“A marca criada por nós é incomum. A própria tipografia da logo diz sutilmente o que a capital federal representa, ressaltando as suas belezas arquitetônicas. As cores que escolhemos foram azul, branco e laranja, que também estão diretamente ligadas à cidade. O branco que predomina na maioria dos monumentos. O azul do céu, dos vitrais e espelhos d’água. O laranja nos lembra o pôr do sol do Cerrado. A marca agora é de domínio público, mas sugerimos que sejam usadas essas três cores, pois combinam entre si” – ressaltou Vasconcelos.

As mensagens transmitidas por cada uma das identidades envolve um processo semiótico que me faz refletir sobre a semiosfera. Os códigos empregados em cada uma das marcas cobram sentido, significado e valor para quem faz parte daquele contexto. Ambas fazem referência à arquitetura como símbolo primário de identificação da cidade. Então a semiosfera se torna o espaço propício para que possamos entender como se cria a identidade dentro dos espaços urbanos. O design gráfico, como modo de expressão, se nutre do contexto simbólico, imaginário e físico para dar vida a novas formas de comunicação. Assim, a semiosfera representa, dentro da identidade visual das duas cidades analisadas, o espaço em que os códigos empregados se tornam legíveis e entendíveis para os usuários. No caso da identidade dos 500 anos da cidade de Havana, podemos observar traços que remetem ao caráter patrimonial da cidade, que são decodificados com mais facilidade por aqueles que convivem ali. Da mesma forma acontece com a marca criada para a cidade de Brasília, onde a caligrafia cobra sentido quando se conhecem os espaços aos quais se faz referência com cada letra.

Então, depois do estudo das duas identidades referentes a cada uma das cidades podemos concluir, que elas são o reflexo da semiosfera, sendo que este é um conceito que se refere ao universo de significados de uma cultura ou sociedade, onde os signos são produzidos,

interpretados e comunicados. No contexto do estudo das cidades, a semiosfera desempenha um papel fundamental ao analisar a forma como os habitantes, visitantes e outras partes interessadas interpretam e atribuem significados aos espaços urbanos. Portanto, definimos a importância da semiosfera no estudo das cidades atendendo a vários aspectos.

Primeiramente, entendemos o papel da semiosfera na compreensão da Identidade Cultural. As cidades são ricas em símbolos e signos que refletem a identidade cultural de uma comunidade. A semiosfera permite aos designers entenderem como a cultura local pode ser expressa através da arquitetura, arte de rua, sinalizações, rituais urbanos e outros elementos simbólicos nas cidades.

A atmosfera da cidade é traduzida por meio de uma semiosfera gráfica que traz para as marcas tanto de Havana quanto de Brasília o desenho da linha do horizonte, o movimento do olhar, pois em Havana se olha a cidade a partir do mar e em Brasília se olha o horizonte a partir da cidade. A profusão de cores em cada uma das marcas também revela a coloração e a memória dos edifícios em cada uma delas.

Se analisamos os espaços públicos, também encontramos pontos de relevância. A semiosfera ajuda a analisar como os espaços públicos são percebidos e utilizados pelas pessoas. Elementos como monumentos, praças, parques e edifícios públicos são carregados de significado cultural e social. Ao estudar a semiosfera, os designers podem compreender melhor como esses espaços são interpretados e valorizados pela comunidade.

Compreender a semiosfera de uma cidade é essencial para o planejamento urbano sensível à cultura. Ao considerar os significados atribuídos aos diferentes espaços urbanos, os planejadores podem criar ambientes que respeitem e promovam a identidade cultural local, aumentando assim a aceitação e a apropriação dos espaços pela comunidade.

Para as cidades que dependem do turismo, entender a semiosfera é crucial. A forma como os turistas interpretam os signos urbanos pode influenciar suas experiências e decisões de retorno. Uma compreensão aprofundada da semiosfera pode ajudar no desenvolvimento de estratégias de turismo que se alinhem com a identidade cultural da cidade. Por isso, resulta importante observar que tanto Havana quanto Brasília sofrem o controle de trânsitos informacionais. No caso de Cuba devido a história recente e o embargo, no caso de Brasília, a

própria justificativa para a sua construção se deu sob o argumento da necessidade de tirar a capital do País dos rumores de manifestações que ocorriam na segunda maior cidade do Brasil, que era o Rio de Janeiro e também proteger o poder já que o Rio de Janeiro poderia ser tomado por navios em pouco tempo, já para chegar a Brasília era necessário cruzar grande distância territorial por via terrestre.

Um outro ponto de conexão tem a ver com as transformações urbanas e conflitos. À medida que as cidades passam por transformações urbanas, como gentrificação ou revitalização, os significados associados aos espaços também podem mudar. Isso pode levar a conflitos entre diferentes grupos que atribuem significados diferentes aos mesmos espaços. A análise da semiosfera pode ajudar a identificar e compreender esses conflitos, facilitando o diálogo e a mitigação de tensões.

Em resumo, a semiosfera desempenha um papel vital no estudo das cidades, permitindo uma compreensão mais profunda da relação entre as pessoas e os espaços urbanos, bem como das dinâmicas culturais e sociais que moldam a vida nas cidades. Por isso, trazer os estudos semióticos para a área de atuação do design é fundamental para garantir projetos mais eficientes, certos e inovadores.

CAPÍTULO 4

Considerações finais

O conteúdo apresentado faz parte de uma pesquisa em andamento, que pretende aprofundar ainda mais na formação de identidades nos espaços urbanos.

Mas, até o momento podemos concluir que no caso do design gráfico em Havana, encontramos a existência de uma assinatura de cidade, marcada principalmente por aspectos econômicos, sociais, e políticos que fazem do design um modo de expressão através da gráfica. A preferência da técnica serigráfica por excelência imprime um carimbo de identidade na produção, assim detectamos também cores, traços e características que concedem o valor de memória gráfica, podendo entender o design como resultado de um processo semiótico que ligado a um contexto pode ser o reflexo da sociedade.

No caso da cidade de Brasília, foi difícil encontrar uma conexão forte no design gráfico, devido principalmente ao caráter dinâmico da economia, a diversidade de produções que existem em todos os ramos da cidade, e também inevitavelmente à própria extensão do território brasileiro. Mas de igual forma, percebemos que ao observar a cidade com um prisma de memória e transcendência gráfica, existem traços de uma identidade sólida em formação, com cores definidas e estilos gráficos.

Para abordar a existência de uma assinatura de cidade, devemos, chegados a este momento, definir este conceito. A "assinatura de cidade" se refere a características distintivas ou elementos que definem uma cidade específica e a tornam única em relação a outras cidades. Essas características podem variar amplamente e podem incluir elementos culturais, históricos, arquitetônicos, naturais, sociais ou econômicos que são emblemáticos da cidade em questão.

A assinatura de uma cidade é o que a diferencia e a torna reconhecível e memorável para os seus habitantes e visitantes. Pode incluir pontos de referência icônicos, eventos culturais significativos, culinária especializada, tradições locais, arquitetura única, características

geográficas notáveis, ou até mesmo características demográficas específicas que fazem parte da identidade da cidade.

Essa assinatura é frequentemente usada em campanhas de turismo e marketing para promover a cidade, atrair visitantes, investidores e residentes. Ao destacar o que torna a cidade especial, as autoridades locais e as organizações de turismo podem criar uma identidade forte para a cidade, proporcionando um senso de pertencimento para os habitantes locais e atraindo interesse de fora.

Por exemplo, Paris é frequentemente associada à sua arquitetura clássica e à Torre Eiffel, Nova York é conhecida por seus arranha-céus imponentes e sua cena de teatro vibrante, e Rio de Janeiro é famosa por suas praias deslumbrantes e pelo Carnaval animado. Cada uma dessas cidades tem uma assinatura distintiva que as torna únicas e inesquecíveis para quem as visita.

No caso de Havana, a assinatura de cidade está associada ao caráter patrimonial da cidade, suas construções e carros antigos. Mesmo que seja esta, uma ilha no meio do Mar Caribe, com uma riqueza natural incrível, ela é mais vista como parte de um país com o sistema político socialista, onde a vida é a de um lugar que se deteve no tempo, com carros dos anos 1940 e uma arquitetura colonial e eclética cheia de história para ser contada.

Em Brasília, a visão é totalmente oposta: uma cidade moderna, planejada, que entende a arquitetura como um símbolo de inovação e de expressão cultural. A cidade de Oscar Niemeyer e Lúcio Costa, onde as curvas saíram do papel para fazer parte do dia a dia e mostrar um novo modo de entender a vida nas cidades.

Conclusões

Logo do estudo realizado abordando as cidades Havana e Brasília, a influência do design gráfico nos espaços urbanos e a visão de construção de uma identidade como forma de entender o funcionamento das cidades, proponho a seguir algumas conclusões resultado desta pesquisa.

A identidade na cidade é um conceito que mistura o imaginário, o cotidiano e a história do lugar, resultando assim em uma essência que influencia e marca ao mesmo tempo uma maneira de ser, de pensar e de entender as relações tanto sociais, físicas e até comunicativas. As mensagens e os códigos de transmissão atendem a um determinado contexto, de tal modo não podemos entender uma profissão como o design sem incorporar no seu discurso o contexto no qual está inserido.

Entendemos identidade no design gráfico de Havana por meio do uso de cores representativas do país como o azul, vermelho e preto, uma gestualidade marcada na gráfica, uma grande preferência por métodos tradicionais de impressão como a serigrafia, que regula também o uso de poucas tintas. Por outro lado, em Brasília prima a simplicidade, a geometria e o modernismo. Lembrando que este estudo analisa as cidades desde uma óptica generalizadora, uma visão da cidade desde fora, onde o que nos une e nos separa define a própria identidade da gráfica e do contexto, conectando a pesquisa com a semiótica estruturalista de Algirdas Julien Greimas, e sua proposta de quadrado semiótico.

Enquanto a cidade concentra milhões de pessoas em limites geográficos mais ou menos precisos e territoriais, o urbano vem de fora para romper os limites físicos da cidade e de certa forma desterritorizá-la. Assim, da mesma forma construímos o que existe na cidade com base em desejos, modos grupais de ver, de viver e ao mesmo tempo de desabitatar as nossas cidades. Por isso a cidade é a realidade, é também cultura e tem que ser vista como reflexo do cotidiano, sendo que a cor da cidade é uma elaboração cultural que se nutre do imaginário e o torna protagonista na criação e significação de discursos, verbais, visuais e textuais.

Sobre o imaginário urbano da cidade de Havana, definimos que está marcado por um contexto social em conflito, que busca por meio da representação cultural uma via de escape, de expressão, não só através da gráfica, mas também de outras formas de comunicação. A cidade de Havana tem uma mistura de cubania, autenticidade e vontade de ser exposta ao mundo fora da ilha. O sentir de quem transita pelas ruas é de quem se conforma com pouco, mais vale um sorriso, uma piada, uma festa do que qualquer coisa material. Não abundam os luxos nas ruas de Havana, é uma cidade simples, um pouco “decadente”, prédios velhos que pedem a gritos uma reforma, mas assim continua a vida, com pouco, com muito, mas com uma essência de autenticidade, de ironia com a vida que nos foi oferecida, que ao mesmo tempo outorga ao cubano esse caráter alegre pelo qual é conhecido.

O imaginário urbano da cidade de Brasília, me fez refletir sobre a importância de criar raízes resistentes, para nos sentirmos em um lugar seguro. Uma cidade muito nova, se comparada com Havana, mas com uma busca por sua identidade própria. Para mim, como cubana, nascida e criada em uma cidade de mais de 500 anos de existência, resulta quase um mito pensar que existe uma cidade com pouco mais de 60 anos. Brasília é, ante meus olhos, um milagre, uma obra de arte maravilhosamente esculpida. Uma cidade feita à mão, que conta tanta história em tão pouco tempo, e merece muito mais do que estas páginas para ser analisada. Eu penso em Brasília e vejo geometria, vejo laranja e azul, vejo chuva e seca, vejo uma cidade de contrastes, que de tão moderna que se pensou, se esqueceu que a vida evolui mais rápido do que o papel consegue planejar. Não existe projeto perfeito, mas existe uma Brasília, que saiu do plano para mostrar que podemos sonhar, fazer, e também errar, e que inclusive planejando o futuro, nunca poderemos controlar a beleza do crescimento natural de uma cidade.

Ao comparar a produção visual das duas cidades, entendemos que existem algumas semelhanças e diferenças. Havana, a capital de Cuba, e Brasília, a capital do Brasil, são duas cidades que têm características visuais distintas devido às suas histórias, culturas, arquiteturas e contextos políticos.

Sobre as semelhanças podemos dizer em primeiro lugar que ambas as cidades têm uma influência histórica forte em sua produção visual. Havana é conhecida por sua arquitetura colonial espanhola, enquanto Brasília é famosa pelo modernismo arquitetônico de Oscar Niemeyer e Lúcio Costa. Tanto Havana quanto Brasília têm culturas vibrantes, refletidas em sua produção artística e visual. Havana é conhecida por sua cena artística, especialmente nas áreas de música, dança e pintura. Brasília também possui uma cena cultural rica, com museus, galerias de arte e festivais culturais. Tanto na produção visual de Havana quanto de Brasília, é comum encontrar cores vibrantes. Em Havana, isso é muitas vezes refletido em pinturas coloridas em prédios antigos, enquanto em Brasília, as cores podem ser vistas em grafites urbanos e na arquitetura moderna.

Ao pensar nas diferenças, me deparei com a que é sem dúvida a mais notável: a arquitetura. Havana possui uma arquitetura colonial espanhola, com ruas estreitas, edifícios coloridos e varandas ornamentadas. Brasília, por outro lado, é conhecida por sua arquitetura modernista,

com edifícios futuristas, linhas limpas e estruturas ousadas. A história política das duas cidades é muito diferente. Havana é fortemente influenciada pelo regime socialista de Cuba, o que se reflete em murais políticos e propagandas do governo. Brasília, como a capital do Brasil, é mais diversificada em sua produção visual, com influências tanto do modernismo quanto das ricas tradições culturais brasileiras. As diferenças ambientais também desempenham um papel. Havana está localizada em uma ilha tropical, com um clima quente e úmido, enquanto Brasília está situada em um planalto, com um clima mais seco e estações mais definidas. O estilo artístico na produção visual de Havana muitas vezes reflete a resistência política e social, enquanto em Brasília, a produção visual pode ser mais diversificada, incorporando elementos indígenas, africanos e europeus devido à rica mistura cultural do Brasil. Devido à sua rica herança colonial, Havana tem uma forte ênfase na preservação histórica, refletida na produção visual que celebra a arquitetura antiga. Em Brasília, a ênfase está na modernidade, com um foco na inovação e no futuro.

Em resumo, Havana e Brasília são duas cidades fascinantes com produções visuais únicas que refletem suas histórias, culturas e contextos políticos distintos. Cada cidade tem sua própria identidade visual, proporcionando uma experiência visual única para os visitantes e residentes.

Sobre os fatores que intervêm no processo de formação da essência das cidades e seu reflexo na área do design gráfico, existem alguns pontos importantes a serem concluídos em este ponto da pesquisa.

As cidades são entidades complexas e multifacetadas, moldadas por uma variedade de fatores que vão desde aspectos geográficos e históricos até políticos, sociais, culturais e econômicos. A essência de uma cidade é formada pela interação dinâmica desses fatores, e essa essência é refletida de várias maneiras, inclusive no campo do design gráfico. A seguir definiremos alguns dos principais fatores que intervêm no processo de formação da essência das cidades e seu reflexo no design gráfico.

O primeiro se refere à história e cultura, onde a formação cultural é muito importante. A história e a cultura de uma cidade influenciam significativamente seu caráter e identidade visual. Cidades com heranças culturais ricas frequentemente têm designs gráficos que incorporam elementos tradicionais e históricos. A arquitetura e a arte contribuem

enormemente nessa formação. Monumentos, edifícios históricos e obras de arte públicas podem inspirar designers gráficos, incorporando elementos arquitetônicos ou artísticos em logotipos, pôsteres e materiais promocionais.

Um segundo ponto a destacar seria a economia e a indústria. As cidades industriais podem ter um design mais robusto e utilitário, enquanto cidades orientadas para tecnologia podem ter designs gráficos mais modernos e inovadores. A presença de grandes empresas e indústrias na cidade pode também influenciar a estética do design gráfico, especialmente em logotipos e campanhas publicitárias.

Sobre a demografia e sociedade podemos dizer que cidades culturalmente diversas podem ter designs gráficos que refletem essa diversidade, incorporando uma variedade de estilos, cores e símbolos culturais. Por outro lado, questões sociais como desigualdade, pobreza ou inclusão, podem ser temas no design gráfico, destacando problemas ou promovendo a conscientização.

Um quarto ponto de influência pode ser a política e o governo. Decisões políticas, como investimento em espaços públicos, transporte ou turismo, influenciam a aparência visual da cidade, o que, por sua vez, afeta o design gráfico. Também, eventos políticos importantes podem ser marcados por designs gráficos específicos, como cartazes de campanha ou materiais promocionais para eleições. Inclusive, como foi demonstrado nesta pesquisa, o sistema político também influencia na maneira de fazer design, e na forma em que as mensagens são enviadas ou não aos receptores.

Outro ponto importante tem a ver com a inovação. Cidades inovadoras muitas vezes adotam designs gráficos modernos e digitais, refletindo avanços tecnológicos e uma mentalidade progressista. A presença online de uma cidade, incluindo websites e mídias sociais, é frequentemente refletida no design gráfico digital usado para representar a cidade.

As características geográficas também podem de certa forma, intervir no processo de formação da essência das cidades. Por exemplo, elementos geográficos únicos, como rios, montanhas ou parques, podem ser incorporados em designs gráficos para simbolizar a identidade da cidade. As cidades que valorizam a sustentabilidade podem ter designs que

refletem esse compromisso, usando cores e elementos que evocam a natureza e o meio ambiente.

Todos esses fatores citados refletem inevitavelmente no Design Gráfico. Por exemplo, as cores representativas da cidade, inspiradas em sua cultura ou ambiente, são usadas com bastante frequência no design gráfico para criar uma identidade visual coesa. Também, tipografias e símbolos específicos podem ser escolhidos para representar elementos históricos, culturais ou políticos da cidade. Elementos visuais como arquitetura, arte pública, natureza e pessoas podem ser incorporados em designs gráficos para criar uma conexão emocional com os habitantes da cidade. As mensagens transmitidas pelas peças gráficas podem refletir os valores, aspirações e desafios da cidade, criando uma narrativa visual que conversa com a comunidade.

Em resumo, a essência de uma cidade é moldada por uma complexa interação de fatores, e o design gráfico, por sua vez, atua como um reflexo e um influenciador dessa essência, capturando a identidade e a energia única de cada cidade.

Concluo esta pesquisa com a seguinte reflexão. É inegável a importância do imaginário na construção da identidade, tanto para relacionar-se com o mundo, como para encontrar um papel dentro das sociedades e, assim, determinar uma estrutura cultural alimentada por ideologias e mentalidades. Como a cidade é a expressão máxima da cultura, ela transforma seus espaços urbanos em cenários por excelência para a manifestação de imaginários coletivos e representações sociais. Portanto, relacionar o papel do design gráfico na criação de uma assinatura própria de cidade como catalisador e mediador dentro do contexto urbano, representa um degrau na cadeia de comunicação que caracteriza as cidades como um todo interconectado e ao mesmo tempo um ponto de singularização na sociedade.

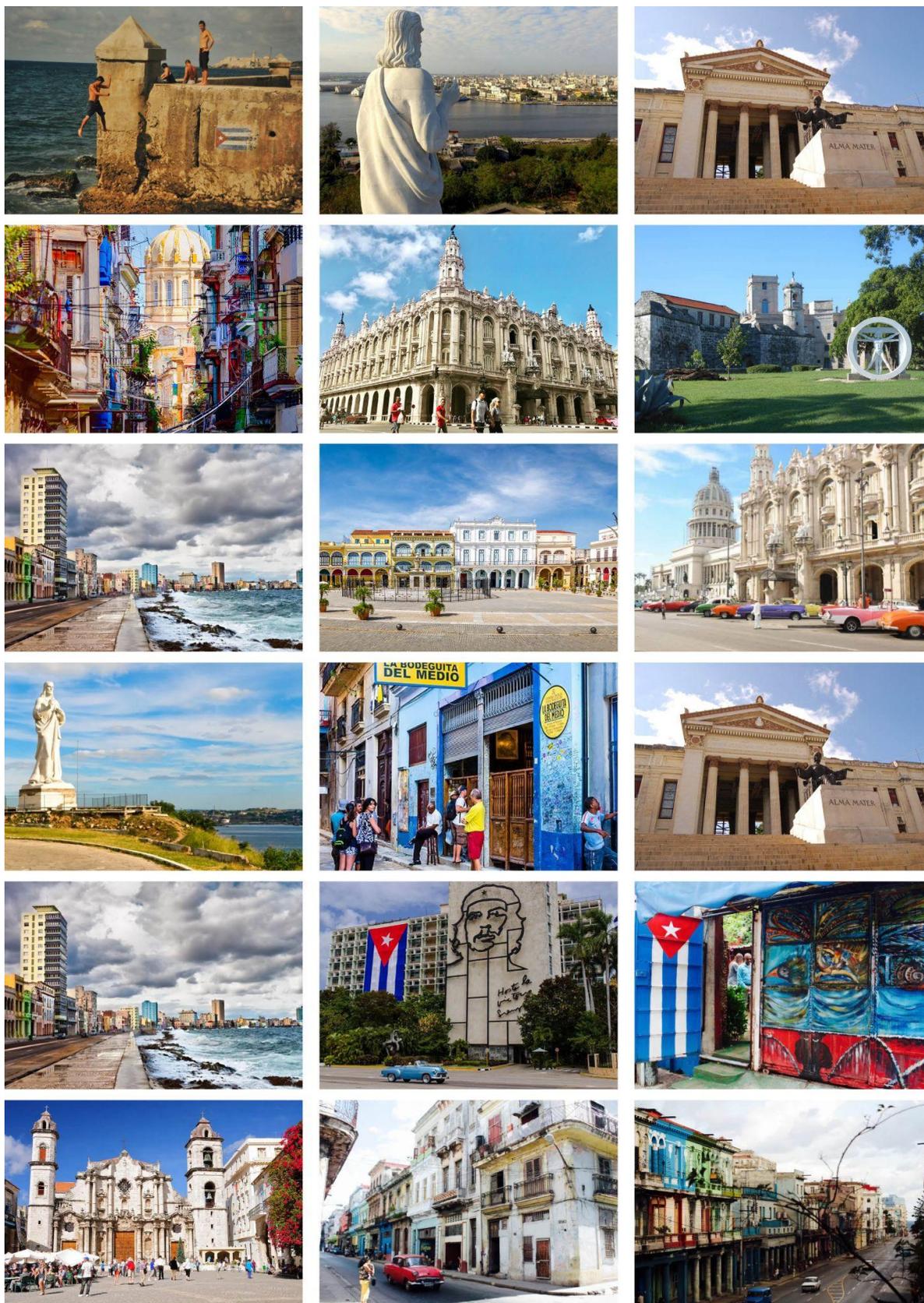
BIBLIOGRAFÍA

1. ABREU, M. H. Fronteiras, armadilhas e muros: contribuições teóricometodológicas para o debate sobre território. R. Katálisis, Florianópolis, v. 21, n. 2, p. 261-270, maio/ago. 2018.
2. ALBERT, S. The definition and metadefinition of identity. In: WHETTEN, D. S.; GODFREY, P. C. Identity in Organizations, Building Theory through Conversations. London: Sage, 1998.
3. CALIL, Carlos Augusto. Sede de cultura. In: COELHO, Teixeira (Org.). A cultura pela cidade. São Paulo: Iluminuras, 2008.
4. CAMARGO, Mario Gráfica: arte e indústria no Brasil. 2 ed. São Paulo: Bandeirantes Gráfica, 2003.
5. CANDAU, J. Mémoire et identité. Paris: Presses Universitaires de France, 1998.
6. CASTELLS, M. O poder da identidade. São Paulo: Paz e Terra, 2008.
7. COOLEY, Charles Holton. Human Nature and the Social Order. New York: Schocken, 1964.
8. DEETZ, S. The micro-politics of identity formation in the workplace: the case of a knowledge intensive form. Human Studies, n. 17, p. 23-44, 1994.
9. DUBAR, C. La socialisation: construction des identités sociales et professionnelles. 2.ed. Paris: Armand Colin, 1996.
10. Farias, P. L. (2017). Acerca del concepto de memoria gráfica. Bitácora Urbano Territorial, 27(4), Esp, pp. 61-65.
11. FONTANILLE, Jacques. A semiosfera colocada à prova pela enunciação antropossemiótica. Bakhtiniana, Rev. Estud. Discurso, São Paulo, v. 14, n. 4, p. 62-84, Dec. 2019.
12. GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. Design gráfico: do invisível ao ilegível. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.
13. GUAZINA, Liziane Soares. Os escritores e a cidade: representações de identidade cultural na capital do Brasil. Brasília, 2013.
14. JO HATCH, M.; SCHULTZ, M. Relation between organizational culture, identity and image. European Journal of Marketing, v. 31, n. 5/6, p. 356- 365, 1997.
15. LARAIA, Roque de Barros. *Cultura: um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
16. LEFEBVRE, Henri. O direito à cidade. Tradução Rubens Eduardo Frias. São Paulo: Centauro, 2001.
17. LIPIANSKY, Edmond. M.L'identité personnelle, in RUANO-BORBALAN, J. C. (coord.), L'identité – L'individu, le group, la société, Auxerre – France, Édition Sciences Humaines, 1998.
18. LÓPEZ, Flor de Lis. El lenguaje moderno en la gráfica cubana. R. A3manos, Número. 06, p. 60-66, 2017.

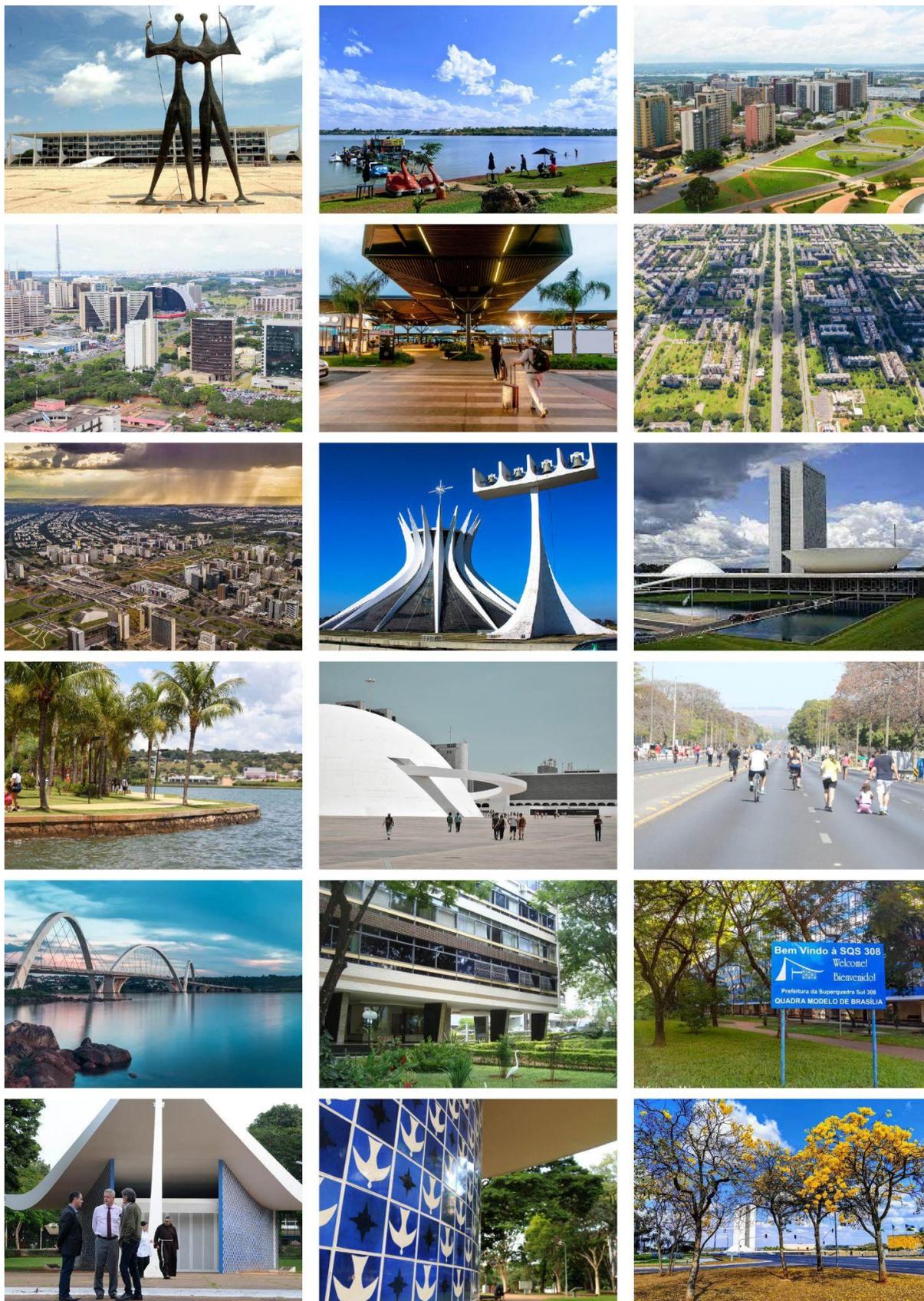
19. LOTMAN, Iuri. *Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture*. Bloomington: Indiana University Press, 1990.
20. MACHADO-DA-SILVA, C. L.; NOGUEIRA, E. E. Identidade organizacional: um caso de manutenção, outro de mudança. *Revista de Administração Contemporânea*, p. 35-58, 2001. Edição especial.
21. MENÉNDEZ, Pepe. *Cronología del diseño gráfico cubano*. Evento Cubagráfica. Casa de las Américas. 2007
22. MENESES, Guilherme Pinho. *O conceito de identidade em estudos organizacionais: uma revisão bibliográfica sobre os usos e origens do conceito*. São Paulo, 2009.
23. NIEMEYER, L. *Design no Brasil: Origens e Instalação*, Rio de Janeiro: 2AB, 1997. _____ . *Elementos semióticos aplicados ao design*, Rio de Janeiro: 2AB, 2003.
24. SANTAELLA, Lucia. *Introdução à semiótica: passo a passo para compreender os signos e a significação / Winfried Nöth, Lucia Santaella*. São Paulo: Paulus, 2017.
25. SANTOS, Fátima Aparecida dos. *Comunicação visual e design como índice da complexidade semiótica do espaço urbano in CAMARA, José e SANTOS, Fátima Aparecida dos (org). Urbanidades: mediações*. Brasília: Estereográfica, 2017. p. 45 a 68.
26. SILVA, Armando. *Imaginários urbanos*. São Paulo: Perspectiva, 2001.
27. SILVA, Armando. *Imaginarios urbanos como espacio público*. *Revista Arquitecturas del Sur*, Vol. 29 (Nº. 402011), págs. 16-29. 2005
28. SILVA, Armando. *Imaginarios urbanos*. 5ta Edición. Arango Editores Ltda. Bogotá. 2006.
29. SILVA, Rafael Souza. *Diagramação: o planejamento visual e gráfico na comunicação impressa*. São Paulo: Summus, 1985.
30. TEIXEIRA, João Gabriel. *Brasília 50 anos: arte e cultura*. Brasília: Universidade de Brasília, 2011.
31. WOODWARD, Kathryn. *Identidade e diferença: A perspectiva dos estudos culturais*. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2014.

ANEXOS

Galeria de imagens, Havana



Galeria de imagens, Brasília



Análise da trajetória generativa em cartazes cubanos.



Ficha técnica

Nome: La rosa y la espina
 Conhecido como: Cancion Protesta
 Autor: Alfredo Rostgaard
 Ano de publicação: 1967
 Função: Cartaz promocional de evento
 Técnica: Serigrafia

Alfredo Rostgaard refletiu em seus pôsteres um estilo muito pessoal, com um código expressivo marcante, no qual se observam fortes influências da chamada vanguarda plástica cubana, que surgiu nas décadas de 1920 e 1930. Criador multifacetado, entre 1965 e 1970 ele foi membro dos designers gráficos do Instituto Cubano de Arte e Indústria Cinematográfica (ICAIC), para o qual produziu mais de 200 pôsteres, e nessa época também foi diretor artístico da revista Tricontinental e desenhou pôsteres para a Organização de Solidariedade dos Povos da Ásia, África e América Latina (OSPAAAL).

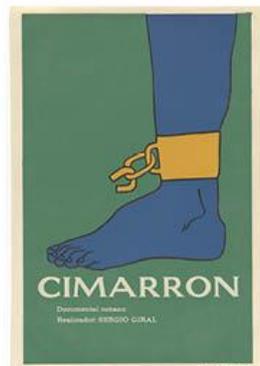
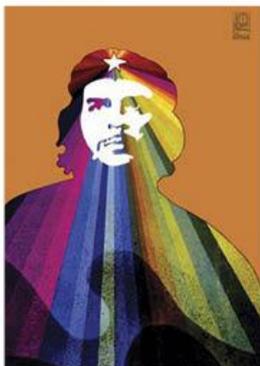
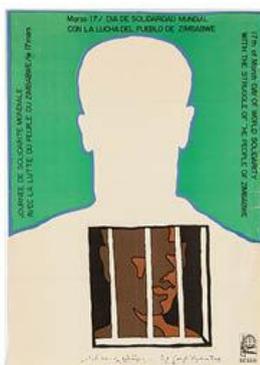
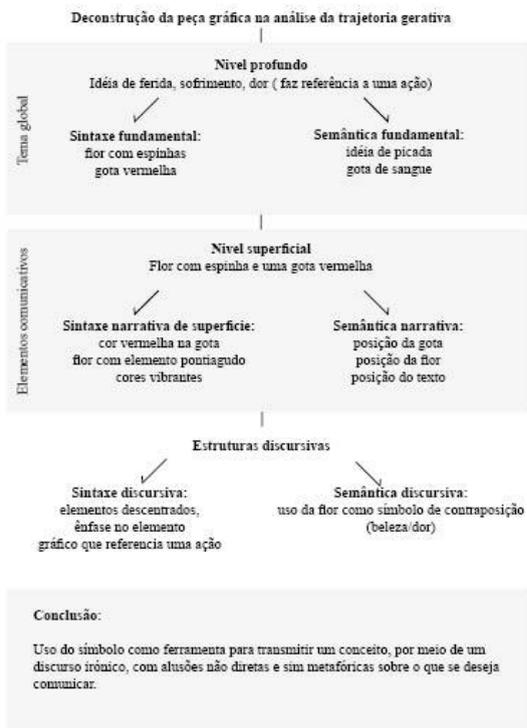
Ele se destacou ao desenhar pôsteres para estreias de filmes nos cinemas cubanos. O mais famoso dos trabalhos de Rostgaard foi o pôster intitulado "La rosa y la espina", criado para o Primer Encuentro Internacional de la Canción Protesta, organizado pela Casa de las Américas, em 1967.

Com o passar do tempo, esse cartaz se tornou uma espécie de símbolo da nova música cubana e também foi selecionado para servir

como capa do livro "The art of revolution", do ilustrador e diretor de arte americano Dugald Sterner, o primeiro texto em que as realizações da arte cubana de cartazes após o triunfo popular de 1959 foram divulgadas internacionalmente.

No cartaz cubano La rosa y la espina, com uma linguagem pictórica que supera diferenças culturais, limites temporais e estilos pessoais, Alfredo Rostgaard defende a ideia da beleza e do símbolo, um grafismo de conteúdo poético. A musicalidade dos jogos de cores planas delimitadas em contornos recortados e a expressividade das formas de um certo ar "ingênuo" conferem a esta obra uma grande vivacidade e harmonia.

Qualidade artística, poesia visual e síntese comunicativa para captar e encarnar a viva vida cultural da época: a peça gráfica também conhecida como Canción Protesta, além de elevar o cartaz à categoria de obra de arte, contribuiu para divulgar e perpetuar em memória coletiva o movimento da canção de protesto.





Ficha técnica

Nome: Lucia
 Conhecido como: Lucia
 Autor: Raúl Martínez
 Ano de publicação: 1968
 Função: Pôster de filme
 Técnica: Serigrafia

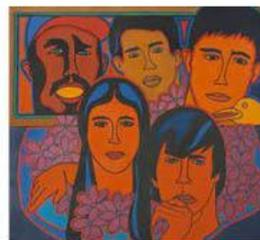
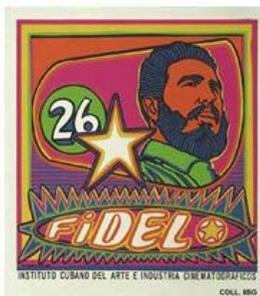
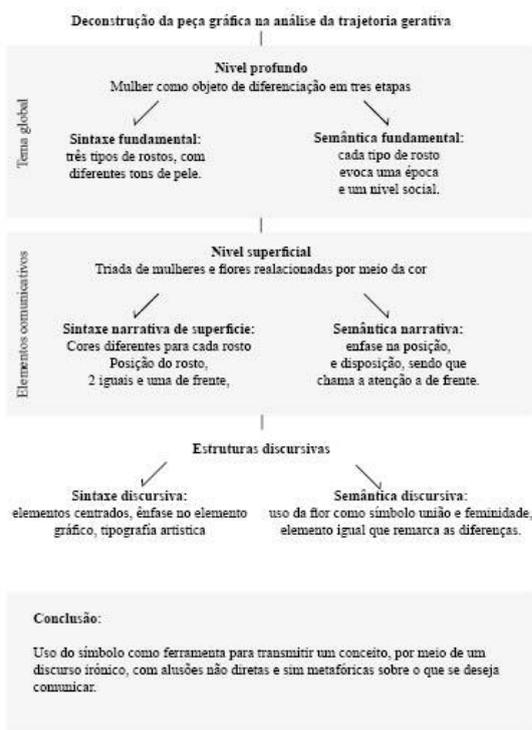
Raúl Martínez, pintor, designer e fotógrafo, transitou do expressionismo abstrato à arte pop, sempre inclinado à experimentação, resultando em uma obra monumental, na qual as influências não tiram nem um pouco da cubanidade do que é considerado pelos críticos como uma das obras mais importantes do período pós-1959.

A presença de Raúl Martínez em todos os momentos-chave da cultura cubana na segunda metade do século XX é expressa em seus designs para revistas e livros e em seus pôsteres teatrais e cinematográficos, bem como em suas têmperas e pinturas a óleo, onde pulsa o fervor dos primeiros anos da Revolução Cubana.

Ele foi testemunha do processo de fundação do cinema cubano, fundador da Casa de las Américas, participante da criação e do desenvolvimento do Instituto Cubano do Livro e protagonista da promoção e ampliação da fotografia artística na ilha, além de participante ativo da cenografia teatral em Cuba.

O pôster do filme cubano Lucia (1968) mostra excelente qualidade artística e a exploração de técnicas de design gráfico como um meio eficaz de comunicação.

O pintor e designer Raúl Martínez nos legou uma obra eterna, pois conseguiu transmitir com eucato artístico três períodos da história cubana, por meio da história da existência de três mulheres que viveram a guerra da independência (1895), a luta contra o ditador Machado (1933) e a primeira década da Revolução. Não há dúvida de que Martínez levou em conta, para os rostos femininos, o fato de que os papéis principais do filme seriam interpretados por três atrizes: Raquel Revuelta, que interpretou a primeira Lucia; Esilda Núñez, no papel da segunda, e Adela Legrá, na terceira história.





Ficha técnica

Nome: Besos robados
 Conhecido como: Besos robados
 Autor: René Azcuy
 Ano de publicação: 1970
 Função: Pôster de filme
 Técnica: Serigrafia

René Azcuy, autor de pôsteres icônicos como Besos robados (1970), La última cena, Sobrevivientes (ambos de 1971), Rita (1981) e 100 años del Cine (1998), entre muitos outros. Seu estilo gráfico diferenciado, marcado pela síntese e pelo efeito psicológico, destaca-se pelo uso do quadro fotográfico ampliado em alto contraste e pelo uso de detalhes em close-up. A economia de recursos, em que a cor é introduzida como um elemento semântico essencial, torna-se o elemento percussor da metáfora que se anima em todo o seu trabalho.

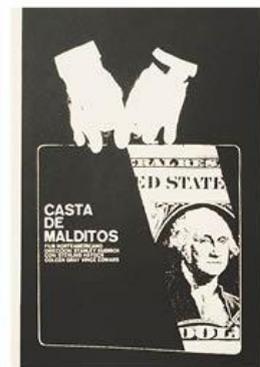
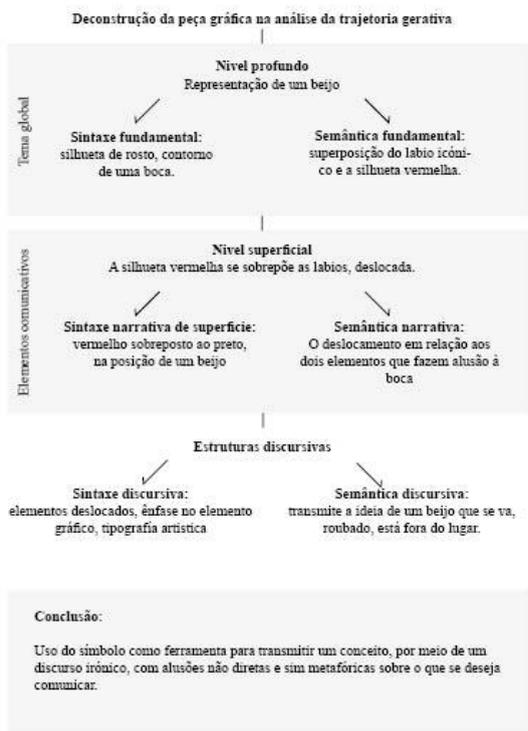
Pertencente ao grupo de designers cubanos que fizeram da arte dos pôsteres a manifestação mais proeminente das décadas de 1960, 1970 e 1980, o estilo de Azcuy se distingue por uma grande restrição no uso de cores e um tratamento de alto contraste da fotografia.

Sobre o cartaz Besos robados, se conhece que durante o processo criativo do pôster, Azcuy já havia começado a fazer esboços, coletando imagens de lábios e bocas. Certa tarde, ele saiu de seu estúdio para encontrar alguns

amigos e pegou um ônibus. No caminho, ouviu uma conversa entre duas jovens. Uma delas comentou que a maquiagem havia borrado os lábios. "Ouvi isso, que se referia a algo que não estava em seu lugar, que havia sido deslocado (...) Também estava relacionado a uma questão que eu estava tentando resolver, que era dar evidência de deslocamento, de acordo com o título de Besos robados".

Excelente expoente da tradição cubana de pôsteres, René Azcuy redimensionou os filmes que promoveu por meio de um discurso visual com predominância do preto e talvez de alguma cor muito saturada (quase sempre o vermelho), que contrasta significativamente com o restante da obra e realça o simbolismo dos elementos usados. Autor de cartazes que transcendem para triunfar anonimamente na imaginação de cubanos de várias gerações.

Seus designs foram publicados em revistas especializadas e anuários, como Graphics, Novum Gabrauchsgraphik, Artin America, Print Idea, Graphics Design, Hollywood e Who's Who in Graphic Design.





Ficha técnica

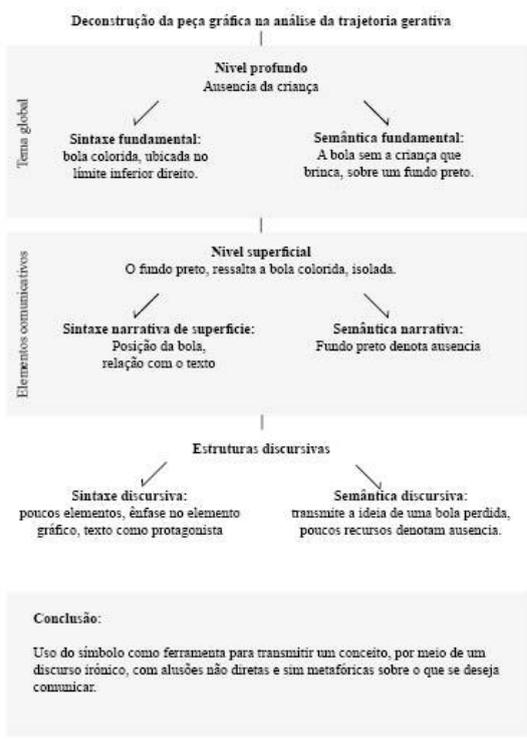
Nome: Niños desaparecidos
Conhecido como: Niños desaparecidos
Autor: Eduardo Muñoz Bachs
Ano de publicação: 1985
Função: Pôster de documental
Técnica: Serigrafia

Eduardo Muñoz Bachs, designer gráfico que a cinematografia cubana reconhece como "a porta de muitas janelas". Seu extenso trabalho fierra com um "recorde do Guinness". Quase mil pôsteres criados com verdadeira habilidade artística para filmes de ficção, documentários e desenhos animados. Esse trabalho prolífico faz dele a cabeça visível de um selo estético e artístico dentro da indústria cubana de pôsteres de filmes.

Seu trabalho se distingue por um estilo muito distante do realismo fotográfico. Ele se afasta do pôster realista-comercial que predominava em Cuba na década de 1950 e "enrola sua inteligência" com uma visão cheia de charme e fantasia.

Sobre o pôster Niños desaparecidos, é um cartaz excepcional em termos de economia de recursos e alta eficácia comunicativa. Ele foi encomendado a Muñoz Bachs para a promoção de um documentário sobre a violenta repressão da ditadura argentina e, em particular, sobre o desaparecimento dos filhos de pessoas consideradas opositoras ao processo

militar: ele tinha que transmitir a urgência de pedir uma ação imediata em favor dessas crianças vítimas. Muñoz confessou que esse foi um de seus pôsteres mais difíceis de conceber e produzir. Após algumas tentativas e erros e vários esboços nos quais ele evidenciou a tristeza nos rostos das crianças, ele percebeu que nenhum deles era eficaz. Ele optou por um fundo preto sobre o qual colocou uma bola colorida na margem inferior direita. O símbolo escolhido resumia a magnitude dos eventos de forma contundente: era a ausência da criança. Um objeto, nesse caso uma bola colorida, era suficiente. O criador abandonou sua tipografia habitual e colocou, como único texto, o título do filme e, em um ponto mais baixo, o crédito do cineasta. Esse pôster é hoje um dos mais procurados por colecionadores de todo o mundo e, é claro, um dos mais impressos.





Ficha técnica

Nome: Harakiri
 Conhecido como: Harakiri
 Autor: Antonio Fernández Reboiro
 Ano de publicação: 1964
 Função: Pôster de documental
 Técnica: Serigrafia

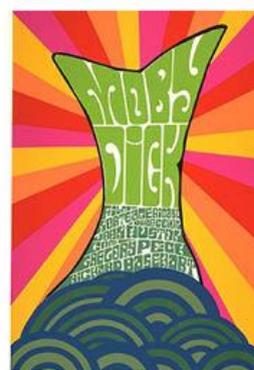
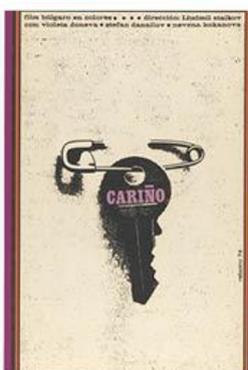
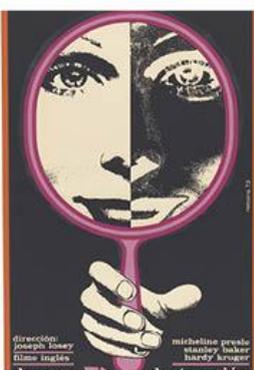
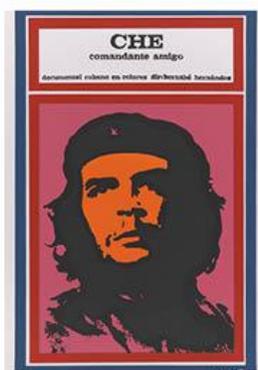
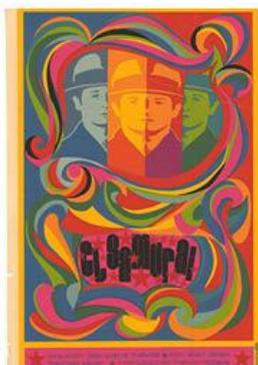
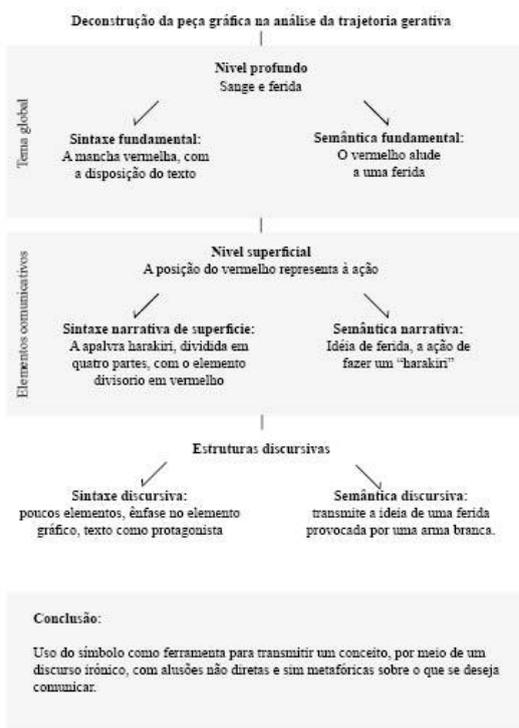
Antonio Fernández Reboiro, um dos mais renomados designers gráficos cubanos por sua característica Pop-Art e pôsteres psicodélicos, em todos os quais floresce o gosto pela cor como intuição.

A psicodelia metafórica inspiradora de suas obras é imediatamente reconhecível. Luz e cor transbordam de seus pôsteres, que revelam uma ousadia muito especial e destemida na concepção de combinações cromáticas.

A ele devemos ícones como Harakiri - que, ao ganhar o prêmio especial no Internacional Poster Show em Colombo, Sri Lanka, tornou-se provavelmente o primeiro cartaz cubano a ganhar um prêmio no exterior - e Moby Dick, que, ao contrário de outras interpretações da obra que retrata, não se concentra na angústia de um ser que luta e se consome em sua busca por vingança, mas prefere representar a exuberância destumbrante de uma natureza que resiste a ser domada pelo homem.

No pôster Harakiri, faz uso mínimo de recur-

sos e nos mostra como a composição é um valor que agrega intenção comunicativa na peça gráfica.





Ficha técnica

Nome: 26 de julio
 Conhecido como: 26 de julio
 Autor: Eladio Rivadulla Martinez
 Ano de publicação: 1959
 Função: Pôster político
 Técnica: Serigrafia

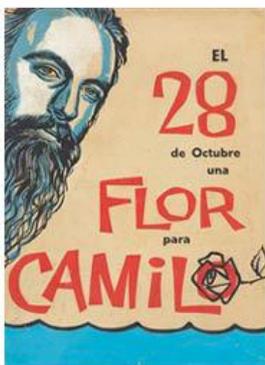
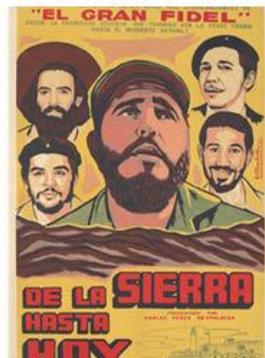
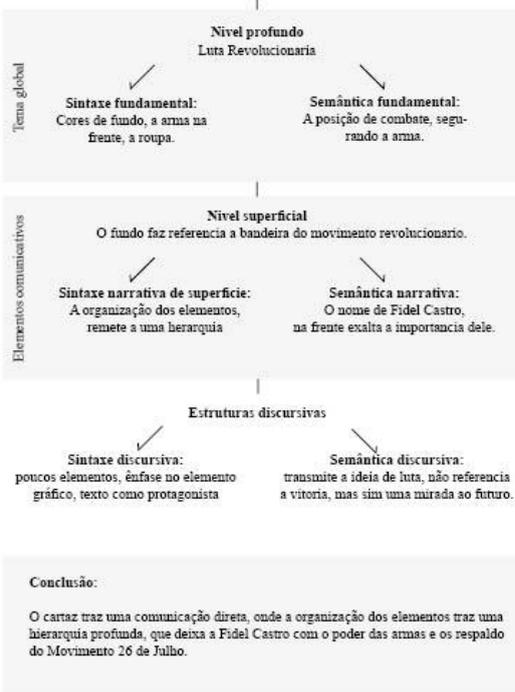
Antonio Fernández Reboiro, um dos mais reconhecidos designers cubanos.

Instituições culturais, pesquisadores históricos e críticos nacionais e internacionais especializados em comunicação visual e artística o reconhecem pelo trabalho de sua vida, como iniciador e mestre do cartaz cinematográfico cubano desde 1943, e também como precursor dos gráficos da Revolução Cubana. Reconhecido como criador do design e da serigrafia artística na madrugada de 1º de janeiro de 1959 do primeiro cartaz da Revolução Cubana: FIDEL CASTRO, 26 de JULHO, capturado na madrugada de 1º de janeiro de 1959, quando foi acordado pelo toque do telefone e ouviu um amigo de Martí lhe dizer: "Eladio. O tirano Batista fugiu" e a emoção e a felicidade recebidas pelo triunfo revolucionário somadas aos seus ideais da geração do centenário de José Martí, inspiraram-lhe a concepção e a captura vertiginosa do desenho e a impressão em serigrafia com coloração simbólica.

Ele então deu várias cópias aos vizinhos que

as colocaram nas portas de suas casas com o texto: FIDEL: Esta es TU CASA (FIDEL: Esta é a SUA CASA) e outras foram usadas em 8 de janeiro de 1959 para homenagear a Caravana de Boas-Vindas à Liberdade quando ela passou pela rua 23 em El Vedado.

Deconstrução da peça gráfica na análise da trajetória gerativa





Ficha técnica

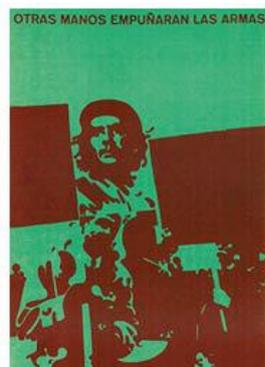
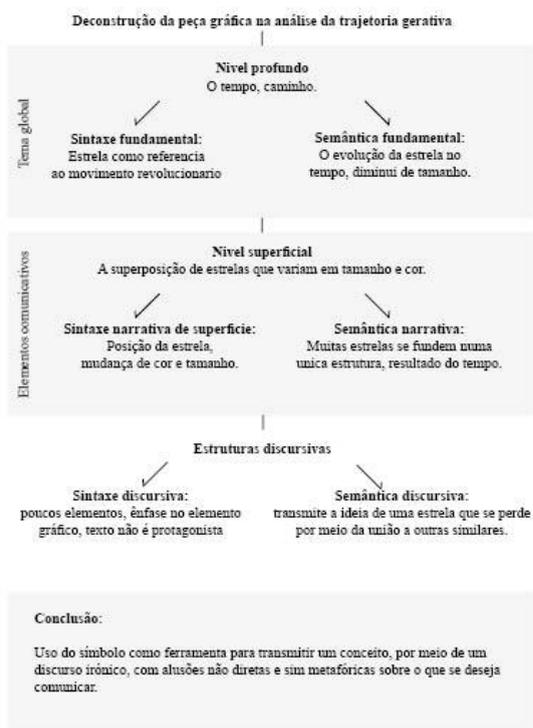
Nome: Viva el XVII Aniversario del 26 de julio
Conhecido como: La estrella de Feliz Beltrán
Autor: Felix Beltrán
Ano de publicação: 1970
Função: Pôster político
Técnica: Offset

Félix Beltrán, designer e artista visual cubano, naturalizado mexicano. Seu trabalho é icônico internacionalmente. Ele começou muito jovem a trabalhar como estagiário na McCann Erikson, uma das agências de publicidade mais importantes de Cuba. Suas habilidades em design gráfico são combinadas com um grande conhecimento e manuseio de desenho técnico, pintura e gravura.

Após concluir seus estudos nos Estados Unidos, retornou a Cuba, após a consolidação da revolução, e desenvolveu sua própria linguagem e estilo nas artes gráficas, juntando-se à geração de designers gráficos cubanos que constituiram o período artístico mais importante, localizado na era de ouro do pôster cubano.

Um de seus pôsteres mais notáveis é o duotone de Che Guevara (fig. 1) e seu pôster Libertad para Angela Davis (fig. 10). Félix Beltrán é um dos mais importantes designers gráficos cubanos e latino-americanos do século XX. Suas contribuições estão ligadas à visão do design como uma ferramenta social, que se

manifesta graficamente em seu trabalho.





Ficha técnica

Nome: La historia oficial
 Autor: Nelson Ponce
 Ano de publicação: 2017
 Função: Cartaz de filme
 Técnica: Serigrafia

Nelson Ponce é um renomado designer gráfico cubano que deixou uma marca indelével na cena internacional de design. Com uma carreira que abrange décadas e um estilo distintamente cubano, ele se destacou como um verdadeiro visionário do design gráfico. Seu trabalho reflete uma fusão única de elementos culturais, história e inovação, tornando-o uma figura icônica no mundo do design.

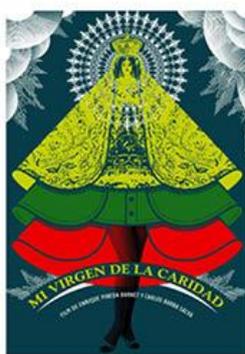
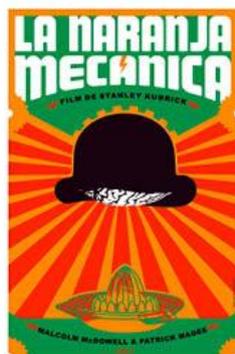
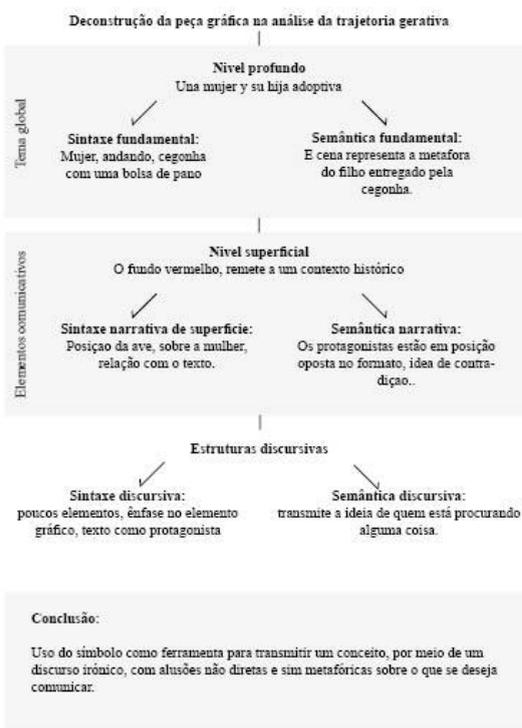
Nascido em Havana, Cuba, Nelson Ponce demonstrou desde cedo um talento excepcional para a arte. Sua formação começou na prestigiada Academia Nacional de Belas Artes "San Alejandro" em Havana, onde ele aprimorou suas habilidades técnicas e desenvolveu uma compreensão profunda da estética e da criatividade.

Ponce é conhecido por sua abordagem eclética e versátil ao design gráfico. Seus projetos variam de cartazes e capas de livros a logotipos e instalações artísticas. Um traço distintivo de seu trabalho é a maneira como ele incorpora elementos culturais cubanos em seus designs, misturando tradição e modernidade.

Suas obras muitas vezes apresentam cores vibrantes, padrões geométricos intrincados e símbolos cubanos, criando uma linguagem visual única que transcende fronteiras.

O designer também é famoso por sua habilidade em contar histórias por meio de imagens. Ele é mestre em comunicar mensagens complexas e emocionais por meio de ilustrações e design tipográfico. Seus cartazes, em particular, são conhecidos por evocar sentimentos e provocar reflexões sobre questões sociais e políticas.

Em resumo, Nelson Ponce é uma figura emblemática do design gráfico cubano e um verdadeiro ícone criativo. Sua fusão única de cultura, história e inovação o eleva a um patamar de excelência, e seu trabalho continua a inspirar designers e artistas em todo o mundo a explorar novas fronteiras no mundo do design gráfico. Seu legado é uma celebração da rica herança cultural de Cuba e um testemunho de como o design pode ser uma forma poderosa de expressão artística e comunicação visual.





Ficha técnica

Nome: Artes de Cuba por Raupa
 Conhecido como: Artes de Cuba por Raupa
 Autor: Raúl Valdéz (Raupa)
 Ano de publicação: 2018
 Função: Pôster de evento
 Técnica: Serigrafia

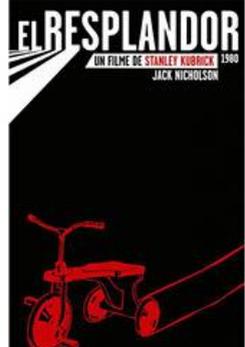
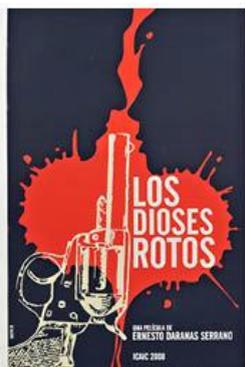
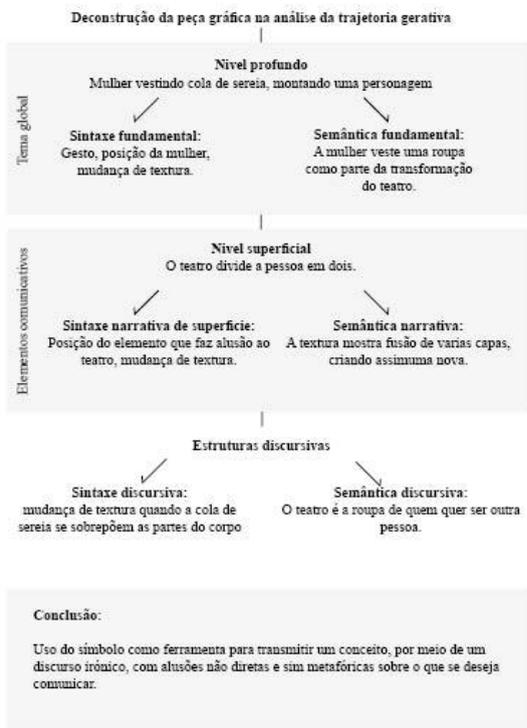
Raúl Valdéz González, conhecido como Raupa, nasceu em Havana, Cuba, em 4 de março de 1980. Ele é um artista independente que criou imagens de eventos e instituições de grande importância para a cultura cubana. Sua concentração está no design gráfico e na produção de "motion graphics" para cinema, utilizando a linguagem da ilustração, animação e vídeo. Raupa cresceu em Havana Vieja (Havana Velha) e frequentou o Instituto Superior de Design (ISDI), a única escola de design gráfico em Cuba. Ele se formou em 2005 e começou a trabalhar como designer gráfico para o Museu Nacional de Belas Artes de Havana, Cuba. Além disso, ele lecionou design de cartazes e ilustração no ISDI de 2005 a 2009, enquanto trabalhava como artista independente.

Em 2006, enquanto desenvolvia seus próprios designs e lecionava no ISDI, Raupa foi convidado para desenvolver as obras de arte visual para a Casa de las Américas, um importante centro cultural cubano fundado após a revolução de 1959. Este centro tem como objetivos investigar, patrocinar,

premiar e publicar o trabalho de escritores, músicos, atores de teatro e outros artistas de Cuba. Raupa continua a cuidar de toda a arte visual para esta instituição e realizou exposições individuais e coletivas no centro.

Raupa também criou imagens gráficas para os Festivais de Novos Cineastas do Instituto Cubano de Arte e Indústria Cinematográfica (ICAIC) de 2007 a 2012. Em colaboração com o ICAIC, ele também projetou os cartazes para o filme "7 Days in Havana", um retrato contemporâneo de Havana filmado em sete capítulos, dirigido por sete cineastas internacionais.

Em 2017, Raupa foi escolhido para criar o programa completo de design gráfico para a Campanha do 39º Festival de Cinema Latino-Americano. Seu design representou o tema do festival: o crescimento da indústria cinematográfica cubana e latino-americana.





Ficha técnica

Nome: Culpa
 Conhecido como: Culpa
 Autor: Edel Rodriguez (Mola)
 Ano de publicação: 2014
 Função: Pôster de teatro
 Técnica: Serigrafia

Edel Rodriguez é um nome reverenciado no mundo do design gráfico, conhecido por sua capacidade de transmitir mensagens profundas e impactantes por meio de sua arte. Nascido em Havana, Cuba, em 1971, Rodriguez é um designer gráfico de renome internacional, famoso por seu estilo distintivo e sua habilidade em usar a arte para abordar questões sociais e políticas.

O estilo de Rodriguez é imediatamente reconhecível, muitas vezes caracterizado por cores vibrantes, formas audaciosas e uma abordagem gráfica ousada. Sua paleta de cores frequentemente inclui vermelhos intensos, pretos fortes e brancos contrastantes, criando uma sensação de urgência e poder em suas obras.

Sua arte é influenciada por várias fontes, incluindo a propaganda cubana, a pop art e o expressionismo abstrato. Essas influências se misturam em seu trabalho de maneira única, criando uma estética que é tanto impactante quanto memorável.

O trabalho de Rodriguez é profundamente enraizado em questões sociais e políticas. Ele usa sua arte como uma forma de protesto e como uma maneira de levantar questões importantes. Muitas de suas ilustrações foram apresentadas em publicações de renome, como The New Yorker, Time, The New York Times e muitos outros. Suas imagens provocativas frequentemente abordam temas como direitos humanos, liberdade de expressão, imigração e política internacional.

Edel Rodriguez é mais do que apenas um designer gráfico talentoso; ele é um contador de histórias visual que usa sua arte para provocar conversas e reflexões sobre questões globais prementes. Sua jornada pessoal, que o levou de Cuba aos Estados Unidos, é uma parte importante de sua narrativa e adiciona profundidade às suas obras. Com um estilo distintivo e uma paixão pela justiça social, Rodriguez continua a influenciar e inspirar outros designers e artistas ao redor do mundo. Sua arte é uma prova de que o design gráfico pode ser uma ferramenta poderosa para a mudança e a conscientização.

