

A comunicação visual nas fachadas da via W3Norte em Brasília: índice dos modos como a cidade moderna é vista e interpretada.

Fátima Aparecida Santos, Rogério José Camara

Trata-se neste artigo da relação entre a comunicação visual de uma avenida de comércio popular em Brasília. Analisa-se e documenta-se o modo como os comerciantes entendem o projeto moderno da cidade de Brasília e tentam reproduzir em suas fachadas os índices da modernidade. Aborda-se ainda do conflito entre as características e símbolos trazidos pelo homem do campo para uma cidade moderna. Como método de trabalho estudaram-se documentos oficiais da cidade, textos históricos sobre o modernismo, o modernismo no Brasil, a história de Brasília e a história do design no Brasil; entrevistaram-se os comerciantes; realizou-se o registro iconográfico da via W3Norte utilizando fotografia e vídeo. A hipótese inicial de trabalho foi a de que a visualidade da Via W3Norte tinha surgido a partir de uma apropriação espontânea de área pública. Comprovou-se entretanto que as modificações de projeto foram realizadas pelo poder público e que a visualidade da via resulta da necessidade do comerciante expressar sua cultura oportunizada pelo fato da comunicação visual e do design das fachadas possuírem regras menos rígidas do que a arquitetura das lojas.

Palavras-chave: comunicação visual, cidade, moderno, Brasília.

Introdução

O que é uma cidade? Ela pode ser construída a partir de um decreto ou de uma lei? Quais conhecimentos consolidam-se na sua construção e no seu uso? E, sendo construída e não natural também pode trazer em suas formas o retrato dos textos e contextos de uma época? Como o design e a comunicação visual urbana revelam relações culturais e históricas?

Essas perguntas dariam início à pesquisa relatada neste texto. Questões que implicavam na compreensão do encontro da arquitetura, com a rua, com as leis, com as teorias da comunicação e da informação, com a história e os estudos culturais.

A investigação aqui apresentada se deu em função do contraste da via W3Norte em relação às outras áreas do plano piloto de Brasília. O caos ali presente espanta em função dos ajustamentos e desregramentos daquele espaço o que provoca diversas interrogações. Apesar da Brasília organizada e 'higienizada', a via apresenta cores, volumes, burburinho com soluções e organizações visuais muito típicas das ruas de comércio popular das grandes cidades Brasileira. O estranhamento se dá principalmente porque ali naquele espaço essa atividade não havia sido prevista no projeto de Lúcio Costa e não é considerado nos parâmetros estabelecidos pelos planos diretores posteriores. Se revela ainda pelo aspecto formal de tal encontro, cujo resultado gráfico foge daquilo que pode ser classificado como design gráfico moderno. Para entender o caos seria necessário dissecá-lo a ponto da informação desorganizada oferecer algum princípio lógico, alguma forma de entendimento.

À luz da semiótica Peirceana chama-se de generalização os processos de instituição simbólica de uma comunidade, ou aquele conjunto de signos que permite a uma mesma comunidade atribuir um significado convencional a uma representação (Peirce, 2003).

Na W3Norte, alguns padrões estabelecidos para a comunicação visual pelos comerciantes, pareciam trazer mais informação do que um simples processo de instituição simbólica que partiu de uma decisão aleatória para a escolha de suas formas.

Outro fator importante é a presença quase que maciça daquilo que se pode chamar de um ajustamento vernacular. Marcas, tipografias, organização cromática, etc conflitam com o projeto moderno da cidade e nem mesmo os prédios restringem-se às características da arquitetura moderna.

A cidade de Brasília foi projetada, construída no final da década de 1950, inaugurada dois anos depois do início das obras. Ela é considerada o maior conjunto arquitetônico moderno do mundo. A cidade foi o resultado mais palpável da efervescência cultural e econômica da década de 50 ocorrida no Brasil. Sua construção reflete os pensamentos e angústias dos círculos intelectuais brasileiros em transformar um país rural e agrário em um país urbano e industrial, ainda que isso significasse inventar também um novo homem.

Na cidade verifica-se vários dos cânones urbanísticos propostos pelo arquiteto francês Le Corbusier, a maior influência da arquitetura moderna brasileira. No Brasil os principais nomes desta vertente são Lúcio Costa e Oscar Niemeyer. Lúcio Costa, o urbanista responsável pelo projeto da cidade, manteve contato com Le Corbusier durante muitos anos, foi professor de Oscar Niemeyer, arquiteto que assina o projeto dos principais prédios públicos da cidade de Brasília. Os ares de modernismo e do funcionalismo chegam ao Brasil a partir dos anos trinta, sendo o edifício Capanema, considerado o marco da arquitetura moderna no Brasil.

Para entender a criação da cidade de Brasília e a opção pela arquitetura moderna é preciso voltar um pouco no tempo, observando a organização cultural e política da época. Pode-se afirmar que a adoção dos princípios modernos na capital não era consenso entre os arquitetos brasileiros e não reflete as expectativas de desenvolvimento da população brasileira como um todo. Na década de cinquenta a maioria da população brasileira morava no campo, não tinha acesso a médicos, transporte ou educação, havia um grande número de analfabetos e a palavra 'moderno' era uma metáfora para designar algo que viria no futuro.

Pode-se presumir que a capital do país, construída sob essa influência, aponta para o projeto de um homem do futuro, um futuro país, um modo de vida distinto do Brasil dos anos 50 e 60. Pode-se inferir dessa situação contrastante que o homem desejado, para quem Brasília foi projetada, era muito diferente do real brasileiro.

Logo após a construção Brasília, a primeira faculdade de design (ESDI - Escola Superior de Desenho Industrial) seria criada. Apesar do fato da arquitetura e o design serem filiados ao movimento funcionalista, percebe-se no design maior influência das escolas alemãs Bauhaus e HfG -Ulm e na arquitetura a influência do funcionalismo francês. Pode-se dizer que o design, apesar de certa originalidade e inventividade, permaneceu restrito a certos dogmas durante anos ao passo que a arquitetura ganhou formas inéditas, reinventou o modernismo através dos traços de Oscar Niemeyer. A diferença de importância entre a arquitetura e o design pode ser notada pelo fato de que tudo o que estava relacionado com o uso da cidade, como o mobiliário urbano, placas de rua, os critérios para a publicidade e comunicação visual, a fachada dos edifícios comerciais não foram pensados ou propostos para a cidade de Brasília. Patrimônio da Humanidade, os preceitos da cidade de Brasília, desde sua fundação, restringem-se às questões arquitetônicas e de engenharia civil.

A avenida W3 Norte, objeto da pesquisa, constitui-se em um dos principais eixos de circulação e de economia popular no plano piloto de Brasília e esta, por suas características visuais, denuncia a ocupação da área de forma diferenciada e contrasta com o projeto original da cidade. Ela contrasta visualmente com as paisagens urbanas mais importantes da capital, como a arquitetura monumental e as superquadras, de certa forma esse conjunto é a representação simbólica para o Brasil e o mundo da cidade de Brasília.



Figura 1. Acervo dos Autores. Vista geral de um conjunto de lojas na Via W3Norte, o conjunto difere das imagens convencionais da cidade de Brasília.

Outro ponto investigado foi a constatação de que a via não tem nem a forma e nem a função dadas ao espaço no projeto urbanístico original, para o qual o local seria composto de casas residenciais e não de comércios.

O comércio popular, exige uma configuração espacial própria da rua da cidade tradicional e observou-se na pesquisa a adequação ao traçado funcionalista e as tensões que ali ocorrem. Para compreender as constatações pontuadas acima trabalhou-se com a hipótese de que a visualidade de W3Norte teria nascido do contato entre a apropriação de informação pela população frente a habilidades e usos, ou seja, constata-se uma estratégia de comunicação para capturar o olhar do usuário/consumidor e fazer com que apesar de todas as tensões ele consiga interagir com o lugar. Outra hipótese foi a de que em alguns espaços da cidade a ordem, a funcionalidade e a racionalidade são encobertas por camadas de um adereço necessário, uma tentativa de expor, transpor ou comunicar. Essa comunicação gera uma camada sobre a arquitetura moderna expressando que determinados espaços operam como em qualquer outra cidade natural. Por fim a hipótese constatada durante a pesquisa foi a de que a comunicação visual própria da W3 Norte conta uma história não oficial de constituição e fixação da população de Brasília não prevista no plano diretor de Lúcio Costa, congrega o caráter hiperbólico do comércio popular com características de comunicação visual moderna e permite fundar uma outra organização de linguagem visual.

Observadas estas questões foram analisados os signos que compõe essas fachadas. A escolha das cores, das formas e dos textos refletem funções, relações sociais e as origens geográficas dos comerciantes. Utilizou-se o instrumental da semiótica para traçar tais relações e com ele foi possível desvendar o significado dos índices expostos nas fachadas. Em um segundo momento foi possível estabelecer a relação entre as fachadas e as histórias dos comerciantes cruzando os signos com os dados fornecidos em questionários e entrevistas. Procurou-se estabelecer uma relação entre pelo menos dois grupos sociais que interferem nas relações no espaço urbano: o poder público, manifestado pelas regras técnicas, leis, normas e regulamentos e os comerciantes, principais responsáveis pelos usos e aspecto visual da avenida.

Método de trabalho e etapas de investigação

Utilizou-se como método de trabalho a divisão de tarefas relacionando-as com as questões arquitetônicas, o que inclui as leis que a regulamentam e, as questões visuais relacionadas ao design e a comunicação visual a partir de levantamentos iconográficos.

Foram realizadas visitas e incursões de pesquisa à órgãos públicos dentre eles a Receita Federal do Distrito Federal, responsável pelo registro de pessoas jurídicas em âmbito federal e pelo recebimento de impostos relativos às atividade comerciais. O objetivo foi investigar os registros dos comerciantes na região da W3Norte e identificar os comércios mais antigos. Entretanto, os registros das empresas nem sempre correspondiam com as lojas instaladas nos locais ora por mudança de proprietário, ora por mudança de numeração na via ou mesmo mudança do comércio entre as quadras.

No Arquivo Público do Distrito Federal, outro órgão governamental, pode-se levantar: os planos diretores e de ocupação da cidade de Brasília, fotografias dos diversos momentos de construção das vias W3 Sul/Norte, o plano diretor de publicidade e documentos com registros da ocupação da área. Em um segundo momento foram encontrados documentos sobre Israel Pinheiro, engenheiro responsável pelas modificações no projeto inicial de Brasília e que transformaram a Via W3Norte em área de comércio popular.



Figura 2. Fonte Arquivo Público do Distrito Federal. Barracão em madeira, ocupação característica dos primeiros anos de existência da W3Norte.

Outros órgãos públicos de registro acessados foram a SEDHAB: Secretária da Habitação de Brasília, a TERRACAP: companhia responsável pelo espaço urbano, e a CODEPLAN: responsável pelo planejamento da capital. Com os resultados desses levantamentos pode-se entender as mudanças no traçado da W3Norte, a doação e promoção de venda

de terrenos para a ocupação da área, o processo de ocupação dos comerciantes e as leis que regem a ocupação do espaço.

De posse das explicações legais passou-se aos estudos conceituais e teóricos a respeito da história do design e da arquitetura moderna, investigou também nesse momento os textos acadêmicos sobre a cidade.

Quanto ao entendimento das visualidades da W3Norte realizou-se o mapeamento da tipologia de comércios da via W3Norte. Analisou-se a parte da via na qual se desenvolve o comércio popular, exclui-se as três primeiras quadras na qual se compreendem instalações como shopping, hotéis, escolas e comércios de grande porte. Exclui-se ainda as últimas quadras da via caracterizadas pela instalação de hipermercados e setor hospitalar. Sendo assim analisou-se as quadras compreendidas entre as 704 e 715 norte¹. Procedeu-se o registro fotográfico das fachadas das lojas com o intuito de analisar as tipografias e as cores das fachadas, bem como dos signos mais presentes nas comunicações visuais.



Figura 3. Painel construído a partir de imagens de fachadas observa-se a predominância das cores primárias e cores vibrantes.

1 O traçado urbano da cidade de Brasília é formado pelo desenho de um avião, na parte que se refere à cabine tem-se o chamado eixo monumental onde localizam-se os órgãos governamentais, na parte que corresponde ao desenho das asas tem-se a ocupação do espaço com residências, comércios e serviços. A via estudada fica na asa norte, o seu nome, W3Norte, significa que ela é a terceira via a oeste do meio da asa do avião. Cada via é dividida em quadras, as quadras a oeste são chamadas de SQN 100, SQN300, SQN 500 e SQN 700. Para efeito de informação a parte da via W3Norte estudada corresponde às SQN 704 a SQN715.

Na análise observou-se o uso de cores saturadas, principalmente azul, amarelo, vermelho, verde e laranja, assim como, relações de contraste como preto e amarelo e a combinação de tipografias bastonadas, serifadas e caligráficas. Ainda como imagem da via é forte a presença de elementos gráficos que representam outras cidade brasileiras de maneira simbólica, como coqueiros, chapéus, comidas típicas das regiões, entre outros.



Figura 4. Fotografia dos Autores. Fachada de loja reforçando o local de origem dos proprietários.

Após o registro fotográfico partiu-se para a aplicação de questionários a fim de identificar comerciantes que pudessem contar a história do seu comércio e as transformações da via ao longo do tempo. A realização do questionário objetivava alcançar informações mais subjetivas como as referências visuais dos comerciantes e sua relação com a cidade modernista. Foram aplicados dez questionários por quadra. Os dados obtidos permitiram identificar os comércios mais antigos, os comerciantes que estavam presentes desde do começo da via ou que detinham informações históricas sobre o espaço.

A partir do questionário foram selecionados seis comerciantes para uma entrevista com registro em vídeo observando-se a comunicabilidade do comerciante, sua disponibilidade, a presença ou não de documentos iconográficos que pudessem compor com as memórias do local. Os comerciantes contaram as suas versões da história da via, os motivos da escolha de nomes, dos símbolos, da comunicação visual e da fachada do comércio. Tratou-se ainda do motivo do partido arquitetônico, da relação com a arquitetura moderna, da compreensão do tipo de comércio e tipo de cliente, das tensões com as regras do poder público.

Resultados

A realização da pesquisa possibilitou a compreensão de como se deu a ocupação da W3Norte. A princípio acreditava-se tratar de uma ocupação espontânea tolerada pelo poder público, entretanto em consulta junto a SEDHAB – Secretária de Habitação de Brasília, pode-se constatar que ainda na década de 60 foi feita a alteração no plano piloto de Brasília pelo engenheiro Israel Pinheiro. Uma das motivações para a modificação da área foi a tentativa de aproximar o funcionamento do espaço ao de uma cidade tradicional. Nas entrevistas pode-se verificar a forma como foram vendidos ou distribuídos os terrenos da via. Os comerciantes locais revelaram que a área teve um plano de ocupação financiado pelo governo, com possibilidade de devolução de parte do dinheiro investido, desde que em um prazo máximo de dois anos, o comerciante trocasse os prédios de madeira fornecidos pelo próprio governo por construções de alvenaria. Para a construção foram fornecidos gabaritos que continham instruções básicas, tais como a forma de ocupação do terreno e altura do prédio. Por outro lado não houve a supervisão das obras por engenheiros ou arquitetos.

Para compreender a comunicação visual da via buscou-se os documentos disponíveis sobre design e publicidade urbana. Constatou-se a inexistência de estudos sobre comunicação visual e design no momento da construção de Brasília e a posterior falta de regulação de fachadas e publicidade externas durante as primeiras décadas de ocupação da cidade. Apenas em 2004 foi instituído o primeiro plano diretor de publicidade externa e neste incluem-se as instruções para a identificação nas fachadas das lojas, o controle do volume de informação exposta, delimitando que apenas vinte por cento da fachada pode ser ocupada pela comunicação visual. Tais controles não funcionam na via pois o comércio popular utiliza-se de faixas promocionais, placas, exposição de produtos

nas calçadas, entre outros meios, gerando uma quantidade de informações visuais que acabam tornando-se mais expressivas do que os prédios do local.

Além da predominância do uso das cores primárias fundamentais, das letras bastonadas e fantasia já assinalada, observa-se o uso de termos mineiro, gaúcho, nordestino ou ainda de nomes próprios que revelam a familiaridade entre o comerciante e os “fregueses” típica de uma cidade de interior.

Ao analisar os modos de ver a W3Norte pelos comerciantes verifica-se que o modelo matemático e funcionalista do espaço usado no projeto da cidade foi sobreposto pela lembrança, pelos signos das origens do comerciante ou mesmo pelos signos de um passado longínquo. As ordenações do espaço e seu controle em função das determinações do plano piloto, planos diretores, órgãos de conservação do patrimônio público não são suficientemente fortes para controlar as áreas de comércio popular. A comunicação visual é o índice que denuncia a tensão existente na cidade entre o programa e o uso propriamente dito. Este genuíno texto cultural inscreve-se no local por diferentes heranças e diferentes camadas. O modo como o projeto urbano determina os fluxos e define quem ocupa qual espaço é a base para o entendimento dos textos culturais possíveis de serem flagrados na dinâmica da cidade.

Discussões e conclusões

O foco desta pesquisa foi a análise das características da imagem visual da W3 Norte. De início observou-se que há uma espécie de sub-bairro, dentro da Asa Norte, definido pelas funções diretamente relacionadas à avenida delimitado pelas vias W2 e W4. Dentro deste, observou-se uma forte influência do comércio popular composto por oficinas, lojas de materiais elétricos, cortinas, colchões, variedades e restaurantes, dentre outras várias atividades como residências, escritórios e autarquias, embora as construções dos prédios comerciais revelem uma tentativa de aproximação com a arquitetura do comércio estabelecido em outras quadras.

Objetivou-se a análise visual baseada tanto na publicidade como na morfologia arquitetônica e urbana. Com isso procurou-se saber qual a relação dos processos históricos e das formas urbanas com a imagem global da W3.

Fisicamente a avenida começa no Setor Hoteleiro Norte (SHN) e termina no Setor Terminal Norte (STN), porém considerando a forma como é lembrada no imaginário brasileiro, deve-se considerar que a área de influência da W3 fica delimitada entre as quadras de final 04 e vai até as de final 15. Isto ocorre pois o SHN e o STN ainda apresentam a lógica urbana de Brasília na qual a rua é exclusiva para a circulação, funcionando apenas como acesso ao setor, local onde de fato as atividades se estabelecem com pouquíssima relação com o seu entorno e o espaço público.

Ainda que o Setor Comercial Norte (SCN), Setor de Rádio e Televisão Norte (SRTVN) e Setor Médico Hospitalar (SMH) restituam de certa forma o ambiente urbano, estes guardam mais semelhança com o modelo urbano da capital, constituindo uma transição da W3 comercial e o SHN.

Vale destacar o impacto paisagístico do SCN no percurso em direção ao Eixo Monumental, seguindo pela W3 Norte, efeito principalmente provocado pelos edifícios Varig e Brasília Shopping, únicos “marcos” da avenida. O setor é marcado pelo intenso fluxo de pedestres — bastante reduzido em relação ao Setor Comercial Sul (SCS) — que conferem certa agitação urbana principalmente nos pontos de ônibus e na travessia de pedestres de um lado para o outro da avenida, um fluxo que logo se dispersa no desagregado SCN.

Durante a análise, foram encontrados 4 tipos de gabaritos/organizações urbanas favoráveis a percepção da W3 Norte como corredor de comércio popular. Essas formas repetem-se ao longo de todo o percurso em questão da avenida, a cada 2 quadras, conferindo um ritmo de cheios/vazios, que por vezes gera monotonia.

A primeira tipologia, e também a mais predominante, é composta pelos blocos comerciais das quadras 700. Estes são de uso misto sendo que o térreo, associado ao subsolo, é destinado às atividades comerciais e o pavimento superior pode ser de uso residencial ou comercial. Dentre estes, existem 3 tipos de bloco que, de forma geral, seguem o mesmo princípio de proteger o passeio de pedestres com uma galeria coberta pelo andar superior, apenas variando a quantidade de área coberta.

As reduzidas áreas e fachadas das lojas são fatores determinantes para a manutenção da predominância do comércio popular na região. Construídos quase que na mesma

época, esteticamente, as fachadas seguem os padrões compositivos modernistas bastante comuns nos primeiros anos da capital, como as janelas em fita e a laje plana.



Figura 5. Fotografia dos autores. Legenda construção que conserva os pressupostos modernos (linhas retas e laje plana).

O contraste entre a estética acadêmica da arquitetura e os usuários do espaço urbano da W3 gera conflitos pós-ocupacionais. Observa-se que a publicidade e elementos decorativos são utilizados como forma afirmar a individualidade de cada um quebrando a homogeneidade da paisagem. Nas intervenções feitas pelos proprietários e comerciantes encontram-se aplicação de cores, de azulejos, de paredes grafitadas e de elementos decorativos que remetem às casas coloniais.

A natureza comercial existente nesses blocos é bastante similar a encontrada nas zonas de comércio popular típicas das cidades brasileiras. A inexistência de vitrines que separam o ambiente externo do interno e, por consequência, o consumidor da mercadoria é recorrente. As lojas escancaradas com mercadorias expostas nas calçadas convidam as pessoas a tocar, experimentar e comprar os produtos.

Entre os blocos mais recuados das 700 passa a via W 3 e 1/2 que de certa forma cria uma nova micro ambiência relacionada a W3. A menor quantidade de pessoas circulando acaba selecionando para esta rua um comércio que não depende tanto da exposição criada pela avenida. Surgem nesse lugar bares, muitas oficinas, restaurantes, assistências técnicas e representações comerciais.

A dificuldade de circular pela estreita via faz com que o tráfego de automóveis ocorra de forma mais lenta, o que acaba influenciando no tipo de comunicação visual empregada. Ao contrário do impacto visual causado pela publicidade na W3, na W 3 e 1/2, observa-se um menor apelo visual com placas mais discretas.

Na W3, observa-se há a intenção de capturar o transeunte no primeiro olhar. Intensa e chamativa, é recorrente utilizar toda a fachada do pavimento superior como suporte para os anúncios. Usa-se, coincidentemente, uma mesma palheta de cores nos anúncios, na maioria das vezes valendo-se do contraste entre cores quentes e frias como o vermelho, laranja, amarelo e o azul.



Figura 6. Painel construído pelos autores a partir de imagens de fachadas comerciais da W3Norte.

Individualmente as publicidades têm o intuito de chamar cada vez mais atenção, mas acabam criando um efeito de massa, no qual nenhuma se destaca. O aspecto final que é gerado remete ao caos, a desorganização e a sujeira, que somados com a quantidade excessiva de áreas impermeabilizadas aumenta a sensação de aridez externa, principalmente para os pedestres.

Durante a pesquisa buscou-se compreender as relações entre os comerciantes locais, o poder público e o que se idealiza em relação ao projeto. Constatou-se que raramente se estabelece uma comunicação eficiente entre estes e, muitas vezes, acabam divergindo sobre quais ações devem ser tomadas. Isso pôde ser observado nas entrevistas e nos documentos elaborados pelo Governo do Distrito Federal (GDF).

As várias tentativas do GDF em intervir no local como o Plano Diretor de Publicidade (2002), o concurso para revitalização (2002) e a proposta de revitalização apresentada em 2010 obtiveram pouca efetividade. Hoje, 10 anos após a aprovação da lei que tentou regulamentar a poluição visual no DF, pouco mudou. Chama atenção em todos os casos a inadequação das propostas frente à realidade.

Na etapa de entrevistas percebeu-se que as comunicações visuais eram apenas um sistema de signos representando um sistema maior e mais complexo compreendido a partir da observação das falas dos comerciantes, das histórias pessoais e comerciais, da fachada das lojas e das determinações legais. Nas falas percebe-se que os comerciantes representam a si próprios dentro da saga dos pioneiros de Brasília. De certo modo, a construção da cidade tem um referencial encontrado em vários modelos de ocupação do espaço: os europeus que migraram para conquistar a América, os norte-americanos que migram para o oeste, os bandeirantes que nos séculos anteriores saíram de São Paulo em direção ao interior. Os primeiros moradores de Brasília têm arquétipos fixos nas narrativas eles são classificados em candangos, fundadores ou pioneiros e dividem com JK², Lúcio Costa e Oscar Niemeyer os papéis principais da saga da fundação da cidade. Logo, é possível observar que as falas dos comerciantes procuram inseri-los nesses papéis. Os mais antigos se intitulam pioneiros, os mais jovens filhos de pioneiros ou filhos de candangos³ e em alguns casos ouviu-se também a palavra jovem aventureiro ou aquele que não veio com a intenção de construir ou de ocupar a cidade, mas de ver com os

2 Codinome do presidente do Brasil que iniciou a construção da cidade_ Juscelino Kubitschek.

3 Nome dado aos trabalhadores das obras de construção de Brasília, ordinariamente vindos do Nordeste.

próprios olhos o que estava acontecendo, o que é relatado como uma grande aventura.

Outro elemento do texto semiótico importante revelado nas entrevistas trata das entonações, as vozes e o tempo. Brasília constrói sobre si mesma um triplo referencial temporal. Ora ocupa o lugar de cidade histórica e tombada (PASSADO), ora de cidade Moderna (PROJETADA p/ o FUTURO), ora cidade atual com vida e funcionamento dinâmico igual ao de outras grandes cidades. Esses tempos são revelados através das declarações dos comerciantes, que em muitos casos dialogam com a cidade bucólica do interior e pensa a cidade em um tempo que não existe mais.

Impressiona nesta narrativa o modo como o comerciante lê e interage com os signos modernos, eles estão presentes na ideia de progresso, futuro e crescimento, mas no momento em que o comerciante qualifica a questão, percebe-se que a sua busca de futuro reside no passado deflagrando certo anacronismo.

As entonações indiciam o aspecto de narrativa e de saga, observa-se o zelo ao narrar a própria história, revelando que o comerciante identifica seu papel no processo de ocupação da capital. Na entonação percebe-se que as histórias da cidade já estão padronizadas, como um texto com modelo ideal, traço característico dos textos culturais que orientam a elaboração de algo que é intermediário à linguagem e ao texto.

Reconhece-se, nesse comportamento, que nas narrativas sobre a própria história os moradores de Brasília procuram descrever o seu papel na saga, o papel é definido por uma espécie de regras ou obrigação em responder a três perguntas: por que vieram, quando vieram e o que fizeram a partir de então. Nos próprios nomes dos comércios é possível perceber como os comerciantes respondem a essas perguntas, denominações comerciais como “A Pioneira da Borracha” ou “Casa Nova Capital”.

Ao texto “mitológico” ou sobre a saga dos pioneiros acrescenta-se a saga da construção. Um texto mais elitizado, documentado em diversos livros sobre a história da cidade. Esta saga elege lendas contadas desde a história do modo como JK promete que construirá a nova capital, a escolha do projeto, a chegada dos candangos, as visitas dos arquitetos responsáveis e o modo como os funcionários públicos chegaram à cidade.

A ocupação urbana materializa a saga da construção, já a comunicação visual dos comércios da W3Norte ilustram as sagas dos comerciantes, pois estampam representações desse processo.

Para entender as relações entre a comunicação visual, a arquitetura moderna e a tensão como o homem do campo que ocupa este espaço é necessário ler a W3 norte como um complexo sistema de significação, um processo semiótico no qual se evidencia que a comunicação visual revela:

1. uma zona de fronteira cultural no centro de uma zona territorial com funcionamento consolidado, o que observado à luz do conceito de semiosfera temos a constatação do anamorfismo das instâncias semióticas. Fisicamente é impossível dois corpos ocuparem o mesmo espaço, culturalmente este espaço não só pode ser ocupado por mais de um, como apresentar-se de maneira diferente dependendo das mediações realizadas;
2. no diálogo entre diferentes sistemas modelizantes e metatextos culturais observa-se a presença da matemática como principal metatexto cultural utilizado para pensar a arquitetura funcionalista; a presença da linguagem verbal para modelizar os textos da fachada que entretanto recebem também influência dos sistemas de cores e dos símbolos das cidades de origem dos comerciantes e que são anexados a cidade de Brasília. Ainda como metatexto cultural percebe-se a estrutura de lenda ou de saga utilizada pelos comerciantes e moradores para narrar a própria história. Se vendo como heróis, cada comerciante tinha um motivo justo para sair da sua cidade e realizar o seu percurso pessoal. A questão do indivíduo se sobrepõe a do social e opõe-se ao funcionalismo. No funcionalismo observa-se a destituição de modelos calcados no indivíduo e a eleição de um modelo coletivo de construção da sociedade.
3. a predisposição das regiões de fronteiras para operarem como janelas semióticas . Em cada fachada a lembrança de um lugar distante ou a expressão de traços culturais genuinamente nordestinos ou mineiros revelam a passagem no espaço através do qual é possível perceber um pouco desses lugares. Muitas são as fachadas que tentam ilustrar imagens simbólicas das cidades de origem, assim recolhem-se signos como o feijão verde — símbolo da culinária do nordeste do Brasil , o chapéu de couro típico da caatinga, as bombachas do sul ou a broa de milho de Minas Gerais.

Referências

- ALEXANDER, Christopher. A Pattern Language.: Towns, buildings, construction. New York: Oxford University Press, 1977.
- _____. Notes on the synthesis of form. Cambridge: Harvard University Press, 2002.
- ARANTES, Otilia. O lugar da arquitetura depois dos modernos. São Paulo: Edusp, 2000.
- ARGAN, Giulio Carlo. Arte moderna. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- COSTA, Lúcio. Lucio Costa: registro de uma vivência. São Paulo: Empresa das Artes, 1995.
- _____. Relatório do plano piloto de Brasília. Brasília: Inst Arquit Bras, 1997.
- FERRARA, Lucrecia d'Alessio. Design em espaços. São Paulo: Rosari, 2002.
- _____. Olhar Periférico. São Paulo: Edusp, 1999.
- _____. A estratégia dos signos. São Paulo: Ática, 1986. (Coleção Princípios)
- GROPIUS, Walter. Bauhaus: nova arquitetura. São Paulo: Perspectiva, 1994.
- HARVEY, David. Condição pós moderna. São Paulo: Loyola, 1992.
- HOLSTON, James. A cidade modernista: uma crítica de Brasília e sua utopia. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- LE CORBUSIER. Planejamento Urbano. São Paulo: Perspectiva, 1984.
- LOTMAN, I. La semiosfera. Madri: Catédra, 1996.
- LUPTON, Ellen, MILLER, Abbott. Design writing research: writing on graphic design. London: Phaidon, 1999.
- PEIRCE, Charles S. Semiótica. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- PLANO Piloto 50 anos: cartilha de preservação de Brasília. Brasília: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, 2007.
- SANTOS, Fátima Aparecida dos, CAMARA, Rogério. Espaço urbano: o comércio popular na via Ww3Norte em Brasília como representação das mediações entre o comerciante e o projeto moderno. Intercom – XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Fortaleza, 2012.
- _____. A via que se transformou em rua: códigos do sistema da comunicação visual urbana expressos na via W3Norte na cidade de Brasília in Anais do Intercom – XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife, 2011.
- _____. Comunicação visual no comércio popular da W3Norte: informação x patrimônio no plano piloto de Brasília in Anais do 5º Congresso Internacional de design da informação. Florianópolis, 2011.

- _____ As fachadas das lojas comerciais na via W3Norte em Brasília in Anais do CIPED – VI Congresso Internacional de Pesquisa em Design. Lisboa, 2011.
- _____ Comunicação visual urbana, cidade, patrimônio cultural e comércio popular in Anais do 6º Fórum de pesquisa FAU-Mackenzie: pesquisa em arquitetura e design: interlocuções e perspectiva. São Paulo, 2010.
- SANTOS, Milton. A natureza do espaço. São Paulo: Edusp, 2004.
- _____. Espaço e método. São Paulo: Edusp, 2008.
- _____. Técnica. Espaço. Tempo. Globalização e meio técnico-científico informacional. São Paulo: Hucitec, 1997.
- THACKARA, John (Ed.). Design after modernism: beyond the object. New York: Thames and Hudson, 1988.

Sobre os autores

Fátima Aparecida dos Santos. Graduada em Design pela Universidade Estadual Paulista, Mestre e Doutora pela PUC-SP em Comunicação e Semiótica, professora na graduação em Design e nos Programas de Pós Graduação em Design e em Arte. Pesquisadora nas linhas de Design Cultura e Sociedade e em Arte e Tecnologia. Tem investigado a relação entre Design, ambiente e cidade, os códigos culturais relacionados tanto ao design, quanto à cidade e os aspectos semióticos do design em suas mais diversas manifestações.

designfatima@uol.com.br

Rogério José Camara. Graduado em Design pela PUC Rio, Mestre e Doutor em Comunicação pela UFRJ, professor na graduação em Design e nos Programas de Pós Graduação em Design e em Arte. Pesquisador nas linhas de Design de Informação e em Arte e Tecnologia. Tem investigado as relações textuais entre as escritas poéticas e urbanas, a relação entre poética e design.

rogeriojcamara@gmail.com