

HAVANA E BRASÍLIA: UMA ABORDAGEM SEMIÓTICA DO DESIGN GRÁFICO NO CONTEXTO URBANO

HAVANA AND BRASILIA: A SEMIOTIC APPROACH TO GRAPHIC DESIGN IN THE URBAN CONTEXT

Alejandra Alfonso Pérez
Fátima Aparecida dos Santos

DESIGN
SEMIÓTICA
CULTURA
CIDADE
IDENTIDADE

Busca-se neste artigo compreender nuances dos discursos gráficos de duas cidades com escopo histórico muito diferentes: Havana – Cuba e Brasília – Brasil. Parte-se da abordagem da semiótica do discurso e da semiótica da cultura para analisar as características gráficas presentes no corpus de pesquisa. Seleciona-se posters dos festivais de cinema que ocorrem nas duas cidades e aplica-se a eles os modelos de análise generativa de discurso. Este primeiro exercício aliado à exploração dos textos culturais manifestos nas duas cidades permitiu observar a importância dos contextos locais e o modo como eles interferem nas visualidades urbanas.

DESIGN
SEMIOTICS
CULTURE
CITY
IDENTITY

This article seeks to understand the nuances of the graphic discourses of two cities with very different historical scope: Havana – Cuba and Brasília – Brazil. It starts from the approach of the semiotics of discourse and the semiotics of culture to analyze the graphic characteristics present in the research corpus. Posters of the film festivals that take place in the two cities are selected and the models of generative discourse analysis are applied to them. This first exercise, combined with the exploration of the cultural texts manifested in the two cities, allowed us to observe the importance of local contexts and the way they interfere in urban visualities.

ISSN 1518–5494

ISSN-E 2447–2484

INTRODUÇÃO

A cidade, o contexto social, político e tecnológico são fatores que determinam e influenciam na maneira de fazer design. Partindo dessa premissa, pretende-se estabelecer uma comparação entre as cidades de Havana e Brasília. O objetivo deste artigo é trazer uma discussão que por meio de um embasamento semiótico permita compreender como características relacionadas ao viver na cidade podem contribuir para uma certa identidade do design gráfico bem como apreender parte do imaginário urbano do lugar.

Organiza-se este texto, primeiramente pontuando, dentro da semiótica do discurso, o percurso generativo dos elementos que compõem as peças em análise. Busca-se na excepcional compilação presente no Dicionário de Semiótica escrito por Algirdas Julien Greimas e Joseph Courtés a definição e modos de operação dos modelos semióticos. O texto apoia-se ainda na obra *Semiótica do Discurso* de Jacques Fontanille, que explica e aplica a análise semiótica a partir do modelo de construção do quadrado semiótico. Tal modelo é fundamental porque considera as relações espaciais e temporais dos elementos que compõem um dado discurso, considerando ainda a relação desses tanto com o elaborador do discurso de modo a imprimir emoção bem como a perspectiva do receptor do discurso construído a partir do olhar do elaborador da mensagem. Ao analisar a cidade e os discursos produzidos sobre o espaço e no espaço, encontra-se ainda a perspectiva rica da semiótica da cultura a partir de Iuri Lotman bem como a metodologia aplicada por Armando Silva para entender os imaginários urbanos.

A estrutura deste artigo, propõe num primeiro momento entender a semiótica do discurso, o percurso gerativo e o quadrado semiótico. Na sequência escolhe-se posters de festivais ligados a premiação na área de cinema para realizar a análise semiótica, como pano de fundo, traz-se as características da memória gráfica de cada uma das cidades, bem como das tecnologias e processos de impressão. Na sequência faz-se uma breve síntese de Havana e Brasília, para na sequência analisar, desta vez do ponto de vista da semiótica da cultura e dos imaginários urbanos, identidades gráficas criadas para cada uma das cidades.

SOBRE A TRAJETÓRIA GERATIVA

A esquematização e a subsequente articulação dos processos significantes são características intrínsecas ao discurso. O mundo é um signo, o homem é um signo, diz Peirce, mas esse sentido que se difunde ao nosso redor e em nós mesmos só produz uma significação se ele é atualizado pelo discurso, isto é, por um ato inaugural de enunciação. Diante desse sentido difuso, o discurso atua por esquematização: ele propõe esquemas de significação dos mais simples aos mais complexos, nos quais se forja a articulação dos sistemas de valor. Eis o propósito das estruturas elementares: identificar as primeiras articulações do sentido (FONTANILLE, 2003, p.57)

Logo, compreendendo que o efeito da trajetória gerativa é acolher cada elemento de uma mensagem e fazê-lo significar dentro de uma dada estrutura, em um dado contexto, para um determinado grupo de pessoas. 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 uma expressão chave na teoria semiótica desenvolvida pelos linguistas e semioticistas francêss Algirdas Julien Greimas e Joseph Courtés. Segundo eles (2007, p. 140), designam como percurso gerativo a economia geral de uma teoria semiótica, isto é, a disposição de seus componentes. Em outras palavras o termo percurso gerativo, trajetória gerativa, teria o mesmo significado que modelo. Entretanto, para Greimas e Courtés, o modelo é qualquer economia ou síntese representativa utilizado na mais diversas áreas de conhecimento, enquanto a aceção de uma trajetória gerativa implica, ou traz consigo, também o modo de produção do discurso, os elementos se articulam e fazem sentido desde as estruturas mais simples até as mais complexas.

Em termos simples, a trajetória gerativa de Greimas e Joseph Courtés 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 e Courtés (op. Cit) 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, os semioticistas propõem um modelo dinâmico que pretende estudar o discurso no plano do conteúdo, com as estruturas sêmio-narrativas e as estruturas discursivas (p. 141, 2007). Tais estruturas definem um esquema de análise do conteúdo que busca a relação de significações com base no universo semiótico estruturalista greimasciano 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 e Courtés desenvolveram uma abordagem sistemática para analisar a estrutura profunda dos textos e discursos.

É importante notar que a compreensão semiótica possível de ser apreendida por meio da obra de Greimas e Courtés é bastante rica e complexa, sintetizada principalmente por meio do Dicionário de Semiótica, que foi o texto referência para este artigo, a leitura semiótica deles envolve uma série de conceitos interrelacionados em diálogo com diversas linhas e correntes do pensamento semiótico, mas em diálogo com a tradição francesa da época. 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 da trajetória gerativa, analisamos soluções gráficas para entender como os elementos e objetos semióticos se relacionam para compor o design de comunicação visual da cidade de Havana.

Foram selecionadas um total de três peças gráficas de designers cubanos, referentes ao evento "Festival Latino-americano de Cine de La Habana", com o objetivo de desestruturar a criação visual e comunicativa dentro da gráfica do contexto Havana.

No caso de Brasília analisamos também três peças gráficas, neste caso referente ao Festival de Cinema Brasileiro de Brasília.

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.



Imagem 1: Poster de edição 39 do Festival Internacional del Nuevo Cine Latino-americano. Fonte: <http://www.cubadebate.cu/noticias/2017/11/23/que-filmes-competiran-en-el-39-festival-del-nuevo-cine-latinoamericano/>



Imagem 2: Poster de edição 40: Festival Internacional del Nuevo Cine Latino-americano. Fonte: <https://infoccc.wordpress.com/2018/11/09/ficc-jury-at-40-festival-internacional-del-nuevo-cine-latinoamericano-de-la-habana-2018/>

Quando observamos o cartaz da edição 39 do Festival Internacional do Novo Cine Latino-americano de Havana, entendemos que aborda o crescimento desde a referência à natureza, com a presença de um elemento orgânico que simboliza uma planta. Os elementos gráficos se apresentam de um modo simples, suave, com traços arredondados que tornam a representação harmoniosa e ao mesmo tempo natural. O uso das cores, estabelece camadas dentro da peça, que permite zonas de ênfase e também a organização do conteúdo textual. O próprio conceito outorga vida ao identificador visual do evento, sendo este tomado como um símbolo para representar o crescimento, desde que foi tomado como elemento central do cartaz e modificado visualmente com a intenção de aportar vida no próprio discurso abordado na peça gráfica. O discurso do cartaz é sustentado pelo slogan presente na esquina superior direita, que diz: "Ver para crescer".

O design gráfico da edição 40 do Festival está caracterizado pelo uso de cores vibrantes e um discurso que trabalha a ironia como transmissora de mensagens. A ideia do poster trabalha o conceito de que aos 40 anos podemos ter uma visão ótima sem necessidade de usar óculos. O cartaz fala com o público e o faz sentir jovem, cheio de vida, alegre, relaxado. Sobre os recursos gráficos empregados podemos ver uma ilustração que mostra uma realidade, uma ação sendo realizada, que indica o fato de não precisar de óculos para enxergar. A ilustração, do mesmo modo que acontece na história da gráfica cubana, não é uma representação realista, e sim uma metáfora que mistura mais de um elemento com o objetivo de carregar significados ocultos e evidentes, em diferentes níveis de leitura. A posição adotada pelas mãos representa que está tudo bem, trata-se de um gesto muito utilizado em mergulho submarino, que significa ao mesmo tempo você está bem? e sua resposta: Sim, eu estou bem, ou apenas OK.

No caso do cartaz da edição 41, percebemos um estilo tradicional, que alude fortemente aos grandes expoentes da gráfica cubana, desde a seleção cromática até o estilo empregado. As cores vibrantes mostram um resultado impactante e carregado de significado. Mais uma vez percebemos o uso de slogan como transmissor de discurso, que acompanhado da gráfica pretende deixar uma reflexão no público con-



Imagem 3: Poster de edição 41: Festival Internacional del Nuevo Cine Latino-americano. Fonte: <https://www.lajiribilla.cu/festival-internacional-del-nuevo-cine-latinoamericano-fidelidad-a-una-idea/>

sumidor do cartaz. Os cubanos que veem este poster identificam a frase, e o duplo sentido que carrega, porque inevitavelmente nos leva a pensar em outra muito conhecida na linguagem popular: “Ojos que no ven, corazon que no siente”. O conceito do cartaz, semelhante ao que aconteceu na edição anterior, faz um convite a ver e sentir o cinema, dentro do festival, de um modo metafórico, faz um convite para não perder a experiência de ser parte deste evento importantíssimo na cidade de Havana.

Sobre a história do design em Havana é difícil resumi-la em poucos exemplos, por isso propomos mais um estudo. 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 *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 a 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 crian-



Imagem 4: exemplos de cartazes produzidos em Havana

ça 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 quadro 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 pelos artistas gráficos da Espanha republicana, razão pela qual alguns posters lembram os da resistência da Guerra Civil.

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, 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.

No caso dos posters do Festival de Cine Latino-americano, sobre a trajetória gerativa percebemos que existe uma preferência por discursos com duplo sentido. As mensagens são elaboradas buscando que o leitor consiga diversas leituras interpretativas, e para isso estabelecem uma relação de dependência entre a gráfica e o texto, com o uso de slogans que pretendem deixar uma reflexão na parte gráfica. Nos três exemplos analisados percebemos que os slogans empregados partem de frases do cotidiano cubano, onde por meio da ironia, da própria modificação da frase se estabelece uma nova forma de comunicação que deixa ao espectador interessado pela peça, e porém pelo evento.

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 da ênfase dada pela diferenciação deste elemento com



Imagem 5: 47 Festival de Brasília de Cinema Brasileiro. Fonte: <https://www.rnp.br/noticias/rnp-participa-do-festival-de-brasilia-do-cinema-brasileiro>



Imagem 6: 50 Festival de Brasília de Cinema Brasileiro. Fonte: <https://cinemacao.com/2017/09/25/50o-festival-de-brasilia-vencedores>

o restante da peça. Em segundas leituras perceptivas encontramos uma textura que faz referência à 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.

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 os 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.

No pôster da edição 52 encontramos um estilo mais ilustrativo, com cenas referentes ao cinema, a presença de uma figura híbrida humana/filmadora, e 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. Importante destacar que a figura quimérica com corpo de mulher e cabeça de filmadora, remete a momentos históricos do cinema, evoca a criação de Dziga Vertov com o homem câmera bem como faz uma brincadeira com o Cinema Novo e Glauber Rocha, cujo lema era “uma câmera na mão e uma ideia na cabeça”, neste caso as mãos estão cruzadas e a cabeça virou a própria filmadora. De certo modo, a figura quimérica atualiza o discurso do cinema e pode-se ter a leitura de que o modo de fazer cinema é o próprio modo de pensá-lo. Diferente também versões anteriores, o cartaz da edição 52 trabalha com as cores azul e amarelo esverdeado suavizadas bem como o nome do festival em rosa que junto com o corpo feminino e o tema o futuro do cinema e o cinema do futuro, pressupõem um lugar também para as mulheres nessa visão de futuro.

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.

Um segundo ponto de abordagem semiótico da pesquisa, aborda a esquematização da análise por meio do quadrado semiótico. 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. Em outro lado do quadrado encontramos o sintagma, que consiste na dimensão que se refere às relações de correlação ou combinação entre dois conceitos. O sintagma representa como dois conceitos podem estar relacionados ou combinados em um contexto específico.



Imagem 7: 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>

Assim, o quadrado semiótico é construído da seguinte forma (FONTANILLE, 2003, p 64 – 68): 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 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 (Lefebvre, 2001).

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

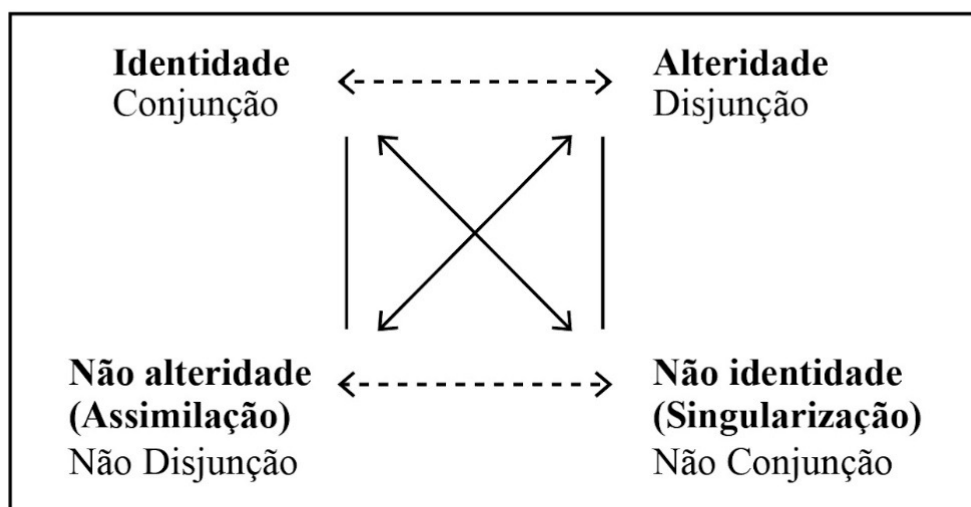


Imagem 8: esquema gráfico que explica o processo gerativo por meio do quadrado semiótico. Fonte: Pietroforte, 2008

e de conexão social. Assim, os termos urbano e cidade tem, seguindo a lógica que o quadrado semiótico apresenta, duas vertentes. Quando 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. Quando 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 isolamento, 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 lem-

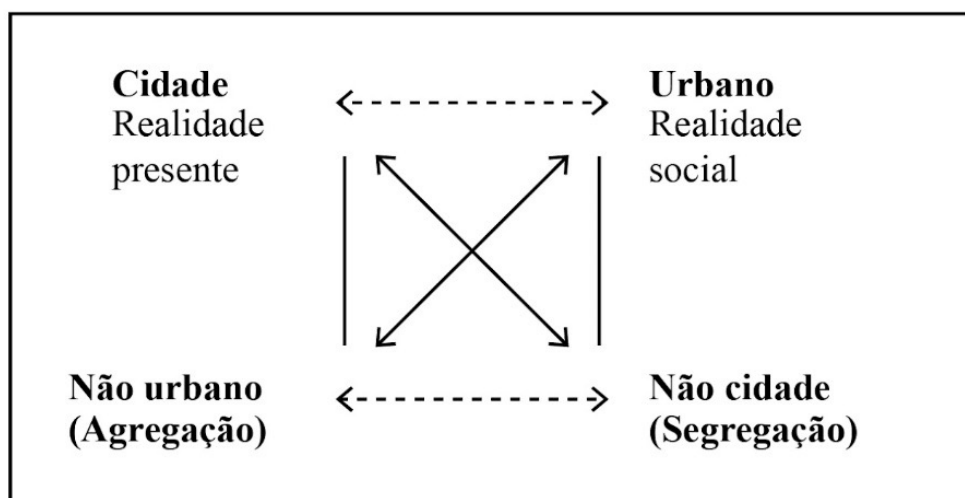


Imagem 9: Proposta de Quadrado Semiótico (Cidade - Urbano). Fonte: Alejandra Alfonso



Imagem 10: 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>

branças, de formas de viver, que o homem no intercâmbio natural da vida, enriquece, nutre e explora incansavelmente.

Para continuar enriquecendo o debate trazemos como terceiro ponto de reflexão o conceito de semiosfera a este artigo, 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.

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 envolvem 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 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.

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 análise.

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 Cuba, 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.

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 este artigo 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.

REFERÊNCIAS

FARIAS, Priscila Lena. Acerca del concepto de memoria gráfica. in Revista Bitácora Urbano Territorial, ed. 27 vol. 4. Bogotá: Universidad Nacional da Colombia, 2017, pp. 61-65.

- FONTANILLE, Jacques. *Semiótica do discurso*. São Paulo: contexto, 2003.
- GREIMAS Algirdas Julien, COURTÉS, Joseph. *Dicionário de semiótica*. São Paulo: Contexto, 2011.
- _____. *Semiotica Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*. Milano: Bruno Mondadori, 2007.
- LEFEBVRE, Henri. *O direito à cidade*. Tradução Rubens Eduardo Frias. São Paulo: Centauro, 2001.
- LOTMAN, Iuri. *Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture*. Bloomington: Indiana University Press, 1990.
- LÓPEZ, Flor de Lis. *El lenguaje moderno en la gráfica cubana*. R. A3manos, Número. 06, p. 60-66, 2017.
- PIETROFORTE, A. V. S. *Tópicos de semiótica: modelos teóricos e aplicações*. São Paulo: Annablume, 2008.
- SANTAELLA, Lucia. *Introdução à semiótica: passo a passo para compreender os signos e a significação / Winfried Nöth, Lucia Santaella*. São Paulo: Paulus, 2017.
- SILVA, Armando. *Imaginários urbanos*. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- _____. *Imaginarios urbanos*. 5ta Edición. Arango Editores Ltda. Bogotá. 2006.
- SILVA, Rafael Souza. *Diagramação: o planejamento visual e gráfico na comunicação impressa*. São Paulo: Summus, 1985.

ALEJANDRA ALFONSO PÉREZ

Alejandra Alfonso Pérez, possui graduação em Diseño de Comunicación Visual pela Universidad de La Habana(2019) e mestrado em Design pela Universidade de Brasília. Atualmente é Professor do Instituto Superior de Diseño. Tem experiência na área de Desenho Industrial, com ênfase em Design Gráfico. Atuando principalmente nos seguintes temas: cidade, identidade, discurso gráfico.

<http://lattes.cnpq.br/0875554900461431>

FÁTIMA APARECIDA DOS SANTOS

Fátima Aparecida dos Santos é graduada em Design (programação visual) pela UNESP-Bauru em 1997, Mestre em Comunicação e Semiótica pelo PPG-COS da PUC_SP 2001 (defesa em 2002) com a pesquisa sobre as Linguagens do Web Design financiada pela FAPESP, Doutora em Comunicação e Semiótica pelo PPGCOS da PUC_SP em 2007 com pesquisa: Dimensões e linguagens do design gráfico no espaço urbano. Estágio Pós Doc na Università Degli Studi di Torino - Depto Filosofia da Educação/ CIRCE - Semiótica (supervisão de Máximo Leone - 2016/2017). É professora Associada do Departamento de Design, no Instituto de Arte da UnB (Universidade de Brasília), onde trabalha desde 2008. Atua no curso de graduação de Design e no Programa de Pós-Graduação em Design da UnB. Diretora do Instituto de Arte - IdA/UnB 2022-2026.

<http://lattes.cnpq.br/1414472867163536>