

Universidade Federal Fluminense | UFF  
Instituto de Arte e Comunicação Social  
Programa de Pós-Graduação em Ciência da Arte



Anna Flávia Gonçalves Mendonça Santos  
Niterói | 2007

**A SINALIZAÇÃO INFORMAL**  
***A LINGUAGEM VISUAL DA COMUNICAÇÃO POPULAR:***  
***estratégias de análise***

**Anna Flávia Gonçalves Mendonça Santos**

Análise crítica apresentada como dissertação de final de curso  
no programa de Pós-Graduação em Ciência da Arte  
da Universidade Federal Fluminense.

Orientadora: Profa. Dra. Eliane Ganem

**Niterói | 2007**

## **AGRADECIMENTOS:**

À Profa. Dra. Eliane Ganem, pelo acolhimento carinhoso e orientação em momento delicado e difícil.

Ao Prof. Dr. José Mauricio Saldanha Álvares, coordenador do curso, por várias indicações de leituras pertinentes ao trabalho e por encorajar-me a participar de simpósios e congressos que muito enriqueceram a pesquisa.

Ao Prof. Dr. Werther Holzer, pelo espaço democrático das suas aulas, que incentivou uma reflexão não usual sobre o objeto da pesquisa.

Ao Prof. Dr. Latuf Isaias Mucci, que possibilitou, através de suas aulas, um despertar signico que fez desta pesquisa uma verdadeira aventura semiológica.

À Prof. Dra. Ana Maria Mauad, pela sugestão de leituras que contribuíram para a construção de novas diretrizes na pesquisa.

Aos colegas e amigos de classe, por compartilharem suas experiências e reflexões.

À Cristina B. Pinto de Mendonça, pela sugestão de que meu entusiasmo perceptivo caminhasse para a possibilidade do mestrado.

*Finalmente e especialmente:*

À Profa. Dra. Sonia Maria Taddei Ferraz, pelas excelentes aulas onde pude presenciar sua incansável generosidade e astúcia, ao sugerir autores, leituras, debates, seminários. Pela orientação informal e crucial.

## **RESUMO**

Um dos objetivos deste trabalho é apresentar exemplos de sistemas de sinalização vernacular, referida aqui como sinalização informal, através de uma breve análise semiológica: Como estes signos são percebidos? Há algo novo nas mensagens criadas pelos comerciantes informais? Quais as novas possibilidades de significação, de abertura, nos campos sintagmáticos? Outro objetivo, e que será, na verdade, uma consequência da análise semiológica, será a tentativa de elaboração de uma metodologia de análise de sistemas de sinalização informal, a qual poderá ser aplicada, futuramente, num aprofundamento desta pesquisa.

Ancorada nas reflexões do antropólogo Michel de Certeau sobre as "as artes de fazer", a presente pesquisa, objetiva conhecer representações inusitadas de comunicação "popular" em sinalização. Estes signos, apesar de apropriarem-se de recursos da sinalização usual, ousam, de modo prosaico e eficaz, realizar uma comunicação visual nova, sem vícios ou amarras. A análise estará centrada, pois, na possibilidade de ampliar a visão que temos do popular na área de sinalização e de possibilitar novos olhares, com o alargamento do campo de pesquisa e também a valorização de uma sinalização popular brasileira.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Sinalização; sistemas; vernacular; popular; semiologia, design gráfico; comunicação visual; letreiros; placas; design.



## **ABSTRACT**

One of the objectives of this dissertation is to present examples of informal signage systems through a brief semiological analysis: how are these signs perceived? Are there any new qualities in the messages created by informal traders? Which are the new possibilities of signification in syntagmatic fields? Another objective, which in reality is a consequence of the semiological analysis, will be the temptation to elaborate a methodology for analysing informal signage systems, and which, hopefully, will be put to practice in the future, in further research.

Anchored by Michel de Certeau's reflexions in his essay *'Making Do': Uses and Tactics*, the present work objectives to know exquisite representations of popular communication in the signage field. These signs, despite the fact of appropriations from regular professional signage, are bold, in a simple and efficient way, and make a visual communication that is new, and carries no prejudice. The analysis will be centered in the possibility of enlarging the vision one might have of what is "popular" in signage communication and also in making possible that new ways of approaching the subject emerge in addition to an increase in value of what might be a brazilian popular signage communication.

## **KEY-WORDS**

*Signage; systems; vernacular; popular; semiology; graphic design; visual communication; letterheads; signs.*

## **SUMÁRIO**

<b>LISTA DAS IMAGENS</b>	pág. 05
<b>INTRODUÇÃO</b>	pág. 08
 <b>CAPÍTULO I: DESIGN e METODOLOGIA DE ANÁLISE</b>	
<b>1.1 - Um breve glossário</b>	pág. 16
<b>1.2 – A Semiologia na pesquisa</b>	pág. 22
<b>1.3 – O espírito da Letra</b>	pág. 25
 <b>CAPÍTULO II: ANÁLISE DOS SISTEMAS</b>	
<b>2.1 – Introdução ao capítulo II e gráfico das categorias de análise</b>	pág. 34
<b>2.2 – Iconografia e análise semiológica individual dos sistemas de sinalização informal</b>	pág. 39
 <b>CAPÍTULO III: ARTICULAÇÕES TEÓRICAS e ANÁLISES DE CASOS</b>	
<b>3.1 - As artes de fazer e o cotidiano</b>	pág. 60
<b>3.2 - As artes de fazer na condição pós-moderna</b>	pág. 62
<b>3.3 - A necessidade da arte: magia, sentido e sinalização informal</b>	pág. 68
<b>3.4 - Capitalismo tardio: imagem e sinalização informal</b>	pág. 80
<b>3.5 - A supermodernidade: sinalização informal, globalização e risco</b>	pág. 84
<b>3.6 - Os discursos da sinalização informal</b>	pág. 95
<b>3.7 - “Fica concreto assim”</b>	pág. 104
<b>3.8 - Bicycle wheels: Dada no cicle</b>	pág. 110
 <b>CONCLUSÃO</b>	
	pág. 117
 <b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	
	pág. 121

## LISTA DAS IMAGENS dos capítulos I e III

### Capítulo I

Figura 01: Letreiro Augustu's Bar, Niterói, RJ.	pág. 19
Figura 02: Placa Orgasmo Gustativo, Cachoeiro de Macacu, RJ.	pág. 20
Figura 03: Exemplos de totem, Niterói, RJ.	pág. 21
Fig. 04 a 08: Exemplos de alfabetos usados em livros; cerca 1500. 27	págs. 26,
Fig. 09: Exemplo de alfabeto usado em livros, cerca 1600.	pág. 28
Fig. 10: Exemplo de caligrama de Appolinaire, 1917.	pág. 29
Fig. 11: Exemplo de caligrama de Appolinaire, 1917.	
Fig. 12: Augusto de Campos, O pulsar. Poesia concreta, 1975.	pág. 30
Fig. 13: Exemplos de letras do alfabeto criado por Erté, 1925.	pág. 32
Fig. 14: Exemplos de letras do alfabeto criado por Erté, 1925.	pág. 33

### Capítulo III

Fig. 15: Letreiro A Preciosa das Batidas, bar em Niterói, RJ.	pág. 64
Fig. 16: Placas do serviço de silk screen e pedreiro. Ingá, Niterói, RJ.	pág. 65
Fig. 17: Placa do serviço de silk screen; tipografia particular do criador. Ingá, Niterói, RJ.	pág. 66
Fig. 18: Cartaz de venda de sacos de chão e o criador. Icaraí, Niterói, RJ.	pág. 67
Fig. 19: Placa de venda de aipim. Niterói, RJ.	pág. 72
Fig. 20: Totem do serviço de Mudanças e Fretes "Baú". Estrada da região dos lagos, RJ.	pág. 73
Fig. 21: Letreiro de auto carga de bateria, Niterói, RJ.	pág. 75
Fig. 22: Letreiro dupla-face (Face 1) feito com peças de sucata automotiva. Borracheiro. Niterói, RJ.	pág. 76
Fig. 23: Letreiro dupla-face (Face 2) feito com peças de sucata automotiva. Borracheiro. Niterói, RJ.	pág. 77
Fig. 24: Totem de fluxo com estrutura criada de sucata automotiva. Borracheiro. Niterói, RJ.	pág. 77

Fig. 25: Totem indicativo. Borracheiro, Niterói, RJ.	pág. 78
Fig. 26: Detalhe de totem indicativo. Borracheiro, Niterói, RJ.	pág. 78
Fig. 27: Sinalização indicativa “clássica” de borracheiro, Niterói, RJ.	pág. 79
Fig. 28: Letreiro de restaurante em Rio Bonito de Lumiar, Friburgo, RJ.	pág. 81
Fig. 29: Vendedor de cachorro-quente ambulante. Niterói, RJ.	pág. 82
Fig. 30: Vendedor de peixe ambulante. Niterói, RJ.	pág. 83
Fig. 31: Totem de venda de coco, em frente ao MAC, Niterói, RJ.	pág. 87
Fig. 32: Bebedor para lavar a mão, venda de coco, em frente ao MAC, Niterói, RJ.	pág. 87
Fig. 33: O comerciante Valdecir com seu totem e cartazes de venda de coco, em frente ao MAC, Niterói, RJ.	pág. 88
Figuras 34 e 35: Os comerciantes com seus comércios de venda de coco, praia de São Francisco, Niterói, RJ.	pág. 89
Fig. 36: Letreiro de açougue com utilização de ilustração como base da informação do sistema, Trancoso, BA.	pág. 91
Fig. 37: Letreiro de bar que utiliza ilustração e linguagem escrita, completando uma mesma “frase”. Largo da Batalha, Niterói, RJ.	pág. 92
Fig. 38: Letreiro de luthieria com indicação de fluxo, Niterói, RJ.	pág. 93
Fig. 39: Detalhe do artifício de fixação e movimentação, letreiro de luthieria, Niterói, RJ.	pág. 94
Fig. 40: Totem de luthieria, Niterói, RJ.	pág. 95
Fig. 41: Letreiro de bar, Niterói, RJ.	pág. 99
Fig. 42: Letreiro de serviços de mecânica, Niterói, RJ.	pág. 100
Fig. 43: Sistema de sinalização de comércio de beira-de-estrada, em Cachoeiro de Macacu, RJ.	pág. 101
Fig. 44: Letreiro de chaveiro localizado em estacionamento na praia, Trancoso, BA.	pág. 102
Fig. 45: Cartaz de quitanda em Icaraí, Niterói, RJ.	pág. 103
Fig. 46: Olho por olho, Augusto de Campos, 1964.	pág. 106
Fig. 47: O Quasar, Augusto de Campos, 1975.	pág. 106

- Fig. 48: Serviço de conserto de geladeiras *Refrigeração*  
“Fica” “Assim”, Niterói, RJ. pág. 108
- Fig. 49: Exemplo de arte DADA: *Kleine Dada Soirée*, Theo van  
Doesburg (Christian Emil Marie Küpper) com Kurt Schwitters, 1922. pág. 111
- Fig. 50: Exemplo de arte DADA (readymade): *Fountain*,  
Marcel Duchamp, 1917. pág. 112
- Fig. 51: Exemplo de arte DADA (readymade): *L.H.O.O.Q.*,  
Marcel Duchamp, 1919. pág. 112
- Fig. 52: Totem de sinalização indicativa de cicle,  
Rua Tiradentes, Ingá, Niterói, RJ. pág. 113
- Fig. 53: Bicycle Wheel, Marcel Duchamp, 1913. pág. 114
- Fig. 54: Totem de sinalização indicativa de cicle e o criador,  
o comerciante Elias, Rua Tiradentes, Ingá, Niterói, RJ. pág. 116

## INTRODUÇÃO

### **Recordações (*passar, novamente, pelo coração*)**

Uma das recordações de minha mãe, em relação à minha infância, era quando saíamos a pé, de mãos dadas, pelas calçadas de Icaraí. Eu, com uns dois anos e meio, três, parava de repente, e me abaixava para pegar, cuidadosamente, uma folhinha caída no chão. Pegava também papéis de bala, de bombom, coisas que brilhavam... Mas sempre folhas, muitas folhas. Ao chegar em casa, corria para o quarto onde meu irmão, bebê, estava no berço. Eu o “presenteava” com todas aquelas coisas belas que havia encontrado ao longo da caminhada. Mamãe observava este meu ritual e achava engraçado (na verdade, às vezes, precisava me deter pois os “presentes” eram um pouco pesados).

Recordo-me, das caminhadas na fazenda do meu tio Dílson, especialmente nos dias de chuva. A estrada de terra, acesso até a fazenda, e onde costumávamos caminhar ou andar à cavalo, estava, nestes dias, linda, esculpida pelos caminhos que a água das chuvas criava ao correr pelo chão. Como era lindo aquilo! Lembro também das férias escolares passadas em Angra dos Reis, com meus pais, meu irmão. Acordávamos cedo, eu e o Cláudio, e íamos para a praia, andar pela beira d’água. Neste horário a faixa de areia estava mais extensa pois a maré baixara de madrugada. Aquela extensão maior de chão emprestado do mar, as conchinhas que descansavam ali, as linhas irregulares deixadas pelas ondas que encolhiam, o tom meio dourado da areia iluminada pelo sol que subia. Eu admirava aquilo tudo como a uma pintura, em museu.

Hoje, algumas décadas mais tarde, freqüento museus, exposições, vou ao cinema, e vejo esta beleza, estes “quadros” perfeitos. Mas, a meu ver, caminhar pelas ruas também proporciona “quadros”. Continuo a me abaixar para pegar, cuidadosamente, alguma folha que me chama do chão. Este olhar irrequieto que tive, que tenho, foi o que me trouxe até o mestrado. O objeto da pesquisa está nas ruas. E me chamou também.

### **A estrada**

Este projeto nasceu na estrada. Em uma viagem.

Eu olhava pela janela do carro e a cada comércio de beira-de-estrada ficava mais impressionada com a criatividade, com a ousadia, com a eficácia das mensagens e também da estética das placas dos pequeninos comércios populares. E, a cada viagem, a admiração aumentava. Comecei a sentir vontade de estudar mais a sério esta sinalização, que denominei sinalização informal, pois era proveniente da classe popular, sem acesso ao estudo acadêmico, ao erudito. Informal também, e talvez principalmente, devido ao perfil mais solto, mais aberto, mais brasileiro. Somos um povo informal. Analisar a sinalização informal é uma forma de trazer para a academia este ar mais leve, onde a criatividade transborda justamente por não ter o que provar.

Como designer profissional noto a grande influência que temos, em nosso dia-a-dia no escritório, de designers ou projetos estrangeiros, onde a tecnologia também é grande aliada. Este projeto pretende trazer à tona o que o nosso povo tem de mais especial: criatividade. Gostaria de acreditar que esta pesquisa poderá, a quem interessar, abrir campos para outras pesquisas pois o objeto está na rua, e é efêmero. Outros comunicadores elegeram este tema, com enfoques variados, mas, a meu ver, o processo signico não se esgota pois cada olhar suscitará novas análises, de novos sistemas. Também gostaria de acreditar, que esta pesquisa possa ser outra fonte de influência para novas formas de criar e desenvolver sinalização profissional. A sinalização brasileira.

### **Como foi desenvolvida a pesquisa**

Meu objetivo com esta pesquisa é que ela não seja um fim. Aprendi, nestes anos que estive envolvida com as disciplinas, com as leituras que fiz, com o contato com os professores e suas experiências particulares, que um projeto de pesquisa não precisa ser um fim nele mesmo. Pode ser um meio, um passo para que se chegue num outro objetivo, mais abrangente, mais aprofundado. O objetivo, então, nesta dissertação de mestrado, é que, dentro dos parâmetros acadêmicos do curso, possa ser exposta e aberta à discussão a questão que levanto, que está centrada na análise de sistemas de sinalização informal e o conseqüente criação e desenvolvimento de uma metodologia de análise.

Os objetos da pesquisa são sistemas de sinalização, que, na dissertação, serão referidos por mim como *sistemas de sinalização informal*. E o que gostaria que os leitores entendessem com este termo? Sinalização informal foi um termo que defini, a partir da minha vivência

como designer profissional e da eleição do objeto da pesquisa, e que não havia sido usado anteriormente. Gostaria, com a utilização deste termo, de que fosse entendido que a sinalização analisada na pesquisa foi concebida e produzida por comerciantes informais, de varias áreas diferentes de comercio e prestação de serviços, e que não tiveram uma educação formal em design ou programação visual, para desenvolver este tipo de projeto de sinalização. Mas, assim mesmo, devido à demanda por comunicação, por pertencer ao comércio, por precisar se fazer ouvir, ser visto, prospectar clientes, fechar negócios, “*puseram a mão na massa*” e criaram e produziram, de maneiras mais criativas e variadas possíveis, soluções de sinalização para seus negócios. Também é necessário definir que, dentro dos parâmetros da pesquisa, os *comerciantes informais*, que criam os sistemas de sinalização informal, são os comerciantes que usam um fazer próprio para solucionar questões (no caso desta pesquisa, questões ligadas à comunicação visual) onde, em comércios de mesmas características ou menos informais, poderiam ser solucionadas por profissionais específicos destas áreas. Os comerciantes que denomino serem informais podem ter seu comércio legalizado pela prefeitura local (ou outros órgãos vigentes) ou não, podem ser ambulantes ou terem um estabelecimento com endereço fixo, podem ser camelôs ou serem proprietários de uma loja, podem ser artesãos, ou podem ser prestadores de serviços. A característica principal de serem denominados informais é que façam uso de soluções não profissionais na concepção e produção de sistemas de sinalização de seus negócios. Soluções criadas pelos próprios comerciantes, que não têm o design, ou a produção de sinalização como seu fazer principal, mas se expõem nesta área com vivacidade, criatividade, por necessidade de comunicação. Por necessidade de comunicar seus negócios sem que, para isso, tenham que investir verbas que não possuem, seja pela própria origem informal do negócio, seja pela impossibilidade do investimento econômico em comunicação de sinalização. Onde falta verba para contratação de profissionais sobre criatividade para inventar soluções. E, que seja dito, nos sistemas de sinalização analisados nesta pesquisa, não necessariamente pode-se inferir que os comerciantes tinham uma noção de que os projetos poderiam ser criados por profissionais. Eles simplesmente fazem. Criam. Sem pudor de serem mal entendidos. Criam sem filtros, sem amarras com paradigmas da profissão (de designer gráfico, por exemplo), sem vergonha de se exporem, de exporem seus negócios. E é deste livre-criar que surgem exemplos de soluções destes



comerciantes informais, que, com seus sistemas de sinalização, foram escolhidos para ilustrar, exemplificar, suscitar reflexões, alargar percepções, gerar novos significados nesta pesquisa.

Outro ponto importante para que se entenda o recorte, o foco, o objetivo: os campos geográficos não foram especificamente fechados, a ponto de serem um parâmetro mais relevante. Os sistemas escolhidos nas pesquisas de campo são, em sua maioria, provenientes da cidade de Niterói, onde moro, mas há exemplos de outras cidades do estado do Rio de Janeiro, e também alguns exemplos de fora do Estado. Não quis que sistemas de sinalização, que considereei como soluções significativas, ficassem fora da pesquisa devido à necessidade de delimitarmos um campo geográfico e me permiti inserir exemplos mais livremente com relação à localização. Todos os exemplos, no entanto, foram criados e produzidos no Brasil.

O antropólogo francês Marc Augé, em seu estudo intitulado “Não-lugares”, traz uma definição do trabalho do etnólogo de campo nos dias atuais e menciona que um dos resultados do trabalho é a confecção de um universo significativo. Esta é a intenção da pesquisa, construir universos significativos dos sistemas de sinalização informal e poder dialogar e refletir com alguns autores pós-modernos o que vem a ser/significar sinalização informal nos dias atuais, no universo pesquisado. Para Augé, “o problema do objeto empírico real é de situar o objeto da pesquisa, avaliar sua representatividade qualitativa”. E como o etnólogo trabalha sobre o presente, defini, dentre parâmetros pessoais (sempre) e profissionais (teóricos), meu universo de pesquisa.

Quanto ao recorte sincrônico: foram escolhidos exemplos pesquisados entre os anos de 2003 e 2006. Durante todo o curso, ao longo das aulas e leituras, a pesquisa de campo aconteceu. Não foi feita nenhuma programação de pesquisa, com data para ir ao campo e coletar exemplos. Foi uma escolha livre, que acompanhou o caminhar pelas ruas, estradas. Os exemplos presentes aqui chamaram a atenção no livre caminhar pelas ruas, no dia-a-dia, e desta maneira foram sendo incorporados ao corpus. Acredito que os exemplos analisados falaram por si e foram escolhidos devido ao critério de atenção que chamavam, me chamavam. Na verdade, podemos inferir que a programação de escolha e pesquisa de

campo foi muito mais um resultado do olhar particular do autor do que qualquer outro parâmetro que se possa pensar a posteriori.

A questão sempre foi, mesmo que intuitivamente, “dar a palavra às pessoas ordinárias”, como disse Michel de Certeau, em *A Invenção do Quotidiano* e ao explicar a postura dos pesquisadores:

“Nos grupos de pesquisa não reinava nenhuma ortodoxia, não se impunha nenhum dogma, pois a única regra (implícita, mas vigorosa) era um desejo de elucidação e um interesse em conhecer a vida concreta.” (CERTEAU, p. 95)

E ainda:

“(…) os mecanismos de resistência são os mesmos, de uma época para outra, de uma ordem para outra, pois continua vigorando a mesma distribuição desigual de forças e os mesmos processos de desvio servem ao fraco como último recurso, como outras tantas escapatórias e astúcias, vindas de ‘imemoriais inteligências’, enraizadas no passado da espécie, nas “distâncias remotas do vivente”, na história das plantas ou dos animais – tema aristotélico inesperado num homem que preferia ao lógico naturalista da Grécia antiga a escrita poética da filosofia platônica.” (CERTEAU, p. 42)

### **O método**

A metodologia utilizada para a análise na pesquisa é a Semiologia. No entanto, outras leituras, feitas ao longo do curso, me influenciaram na maneira de perceber o objeto eleito. Gostaria, portanto, de pensar que foram utilizados, mesmo que de uma forma não rígida, conceitos sugeridos por Merleau-Ponty, quando, ao apresentar a Fenomenologia, buscava a essência das coisas (o objeto do estudo) com a intencionalidade e sem vícios e preconceitos. Também gostaria de pensar que a aproximação mais poética ao objeto, proposta pelo também fenomenólogo, Gaston Bachelard, está presente na pesquisa, de alguma forma. Acredito que estes autores, através de algumas de suas obras, sugeriram métodos que valorizam a percepção livre do objeto e não simplesmente a análise mais

positivista, onde categorias mais rígidas estariam em jogo. Através do olhar fenomenológico poderemos, modestamente, tentar um olhar menos viciado. Um olhar onde nossos pré-conceitos em relação ao objeto estariam adormecidos e exatamente por isso, poderíamos fazer desta aproximação um momento de novidade. Como ilustrou Merleau-Ponty, em *Fenomenologia da Percepção*:

“O mundo fenomenológico não é a explicitação de um ser preliminar, mas o fundamento do ser. A filosofia não é reflexo de uma verdade prévia mas, como a arte, é a realização de uma verdade. A verdadeira filosofia reaprende a ver o mundo.” (MERLEAU-PONTY, p. 26)

E também, a visão de Bachelard, em *A Poética do Espaço*:

“Trata-se de passar, fenomenologicamente, a imagens não vividas, a imagens que a vida não prepara e que o poeta cria. Trata-se de viver o invivido e de abrir-se a uma abertura da linguagem.” (BACHELARD, p. 92)

O critério de escolha dos exemplos de sistemas, o livre perceber das qualidades gráficas e das qualidades estruturais em cada sistema, foram, dentro do possível, percepções despidas de pré-conceitos. O momento da percepção do objeto foi, nesta pesquisa, um momento fenomenológico, onde alguns resultados não estavam balisados por parâmetros pré-existentes, mas foram construídos à luz das descobertas.

A Semiologia, utilizada magistralmente por Roland Barthes em vários estudos bastante díspares, mas com resultados comunicacionais relevantes ao extremo, será a ferramenta mestra na análise dos sistemas de sinalização eleitos para ilustrar esta pesquisa. Ela nos guiará na aproximação do objeto, percebendo-o como signo, o qual iremos analisar a partir de alguns casos isolados e também comparar com signos de sistemas de sinalização distintos. Através da semiologia poderemos pensar nosso objeto como significante, como significado e talvez o mais interessante seja nunca fechar o processo fluido desta semiose. Como ilustrou Barthes, em *A Aventura Semiológica*:

“O objeto é o homem agindo sobre o mundo, modificando o mundo, estando no mundo de maneira ativa; o objeto é uma espécie de mediação entre a ação e o homem. (...) O paradoxo que eu queria apontar é que esses objetos que têm sempre, em princípio, uma função, uma utilidade, um uso, nós achamos que os vivemos como instrumentos puros, quando de fato veiculam outras coisas, são também outra coisa: veiculam sentido; noutras palavras, o objeto serve efetivamente para alguma coisa, mas serve também para comunicar informações; o que poderíamos resumir numa frase, dizendo que sempre há um sentido que transborda do uso do objeto” (BARTHES, p. 137)

A Semiologia possibilitará uma análise livre dos significados provenientes da percepção dos sistemas de sinalização reunidos para a pesquisa. O objetivo é tratar cada item (placa, letreiro, totem, etc.) de cada sistema como um signo gráfico-estrutural, propenso a variadas leituras e, conseqüentemente, a variadas significações. Tentaremos desenvolver uma metodologia de classificação cujas classes, não-excludentes, serão obtidas a partir do cruzamento de diferentes aspetos observados na análise semiológica de cada sistema de sinalização. Uma classificação cruzada é desenvolvida levando em consideração aspectos e características diferentes de um sistema de sinalização, criando-se assim formas de organização que privilegiam a pluralidade e a abrangência. Tal classificação deverá facilitar o reconhecimento de diferentes características nos sistemas de sinalização informal e também possibilitar a definição de diferentes perfis estéticos na sinalização popular.

A classificação dos sistemas possibilitará que a pesquisa se desenvolva para uma breve análise teórica da condição socioeconômica pós-moderna (CAP. III), onde poderemos dialogar com alguns autores e exemplificar as diferentes teorias apresentadas. Faremos isso através da dedução e análise de características particulares em cada sistema de sinalização reunido na pesquisa e, também, através da interlocução entre os sistemas e suas características comuns e/ou distintas.

A investigação será uma pesquisa de campo com a obtenção de fotografias dos sistemas de sinalização e, sempre que possível, breves diálogos com os comerciantes. O campo da pesquisa não foi delimitado geograficamente, mas deteve-se no Brasil, e, na maioria

absoluta dos casos analisados, no estado do Rio de Janeiro. Preferimos não delimitar uma área (e poder direcionar melhor os resultados) mas pinçar exemplos geograficamente dispersos que seriam interessantes para a pesquisa.

No capítulo III analisaremos alguns destes sistemas de sinalização vernacular (que chamarei de sinalização informal), escolhidos nas pesquisas de campo, à luz de alguns autores contemporâneos. Para que possamos situar o leitor na condição sócio-econômica que permite e nutre este tipo de comércio nas ruas, serão travados breves diálogos com teóricos pós-modernos, com trabalhos que ilustram a situação da globalização e qualidades do “líquido mundo da pós-modernidade” (Bauman). Nesta parte da pesquisa, a teoria desenvolvida por Michel de Certeau, em *A Invenção do Cotidiano*, intitulada *As artes de fazer*, será a linha condutora da análise teórica, e que possibilitará a percepção de características do “desvio” nas práticas cotidianas dos comerciantes informais. Outros autores, como Anthony Giddens, David Harvey, Marc Augé, Fredric Jameson, Adilson Citelli serão bases para reflexões, análises de casos e cruzamento de informações entre casos.

**Então:**

O movimento pretendido foi a ida para as ruas.

Sáimos do escritório, saímos da sala de aula. Deixamos o erudito um pouco de lado e olhamos para o popular com curiosidade, admiração e respeito. Pensamos o popular, o vernacular e abrimos a possibilidade para que, num outro momento, este possa vir a ser mais uma fonte de pesquisa, não limitada a apropriações mas aberta ao surgimento de novas linguagens na sinalização, onde haja maior equilíbrio entre o popular e o erudito.

## CAPÍTULO I: DESIGN e METODOLOGIA DE ANÁLISE

### 1.1 - Um breve glossário

Considero importante, para um entendimento mais abrangente deste estudo, definirmos o que os termos utilizados na esfera da sinalização e nesta pesquisa significam. Faremos aqui, portanto, um pequeno glossário dos termos e explicações de uso dos formatos estruturais utilizados em projetos de sinalização pois assim iremos nos referir ao objeto. Para melhor compreensão da metodologia aplicada à análise dos sistemas, iremos também, neste capítulo, dissertar sobre Semiologia, semelhanças com a Semiótica, e, por fim, exemplificar como a Semiologia pode ser aplicada em diversos sistemas. Um estudo de Roland Barthes será utilizado como base da reflexão.

Falaremos, ao adentrarmos o universo estético, **sobre design**. Design, pode significar, hoje, muitas coisas, geralmente tidas como modernas e avançadas. Mas o design em questão é o design gráfico, estrutural também, pois o objeto é um objeto real, uma coisa. É também o que há de estético, de gráfico, de criação além objeto vazio de comunicação (se é que isto é possível).

Também é relevante saber que design nesta pesquisa não é somente design de quem estudou design. Entenderemos por design o trabalho do designer profissional, que estudou para ser designer, mas também poderá ser entendido o aspecto funcional e estético dos sistemas criados por comerciantes informais que produziram alguma sinalização para seus comércios.

**Design gráfico:** Termo utilizado para definir, genericamente, a atividade de planejamento e projetos relativos a linguagem visual. Atividade que lida com a articulação de texto e imagem, podendo ser desenvolvida sobre os mais variados suportes e situações. Compreende as noções de projeto gráfico, identidade visual, projetos de sinalização, design editorial, entre outras. Também pode ser empregado

como substantivo, definindo assim, um projeto em si. (ABC da ADG – Glossário de termos e verbetes utilizados em design gráfico)

Por  **sinalização** poderemos entender como a qualidade de sinalizar para comunicar algo, algum lugar, a presença de algum estabelecimento comercial ou serviço. Sinalizar com sistemas de sinalização, onde itens como letreiros, placas, totens indicativos ou de fluxo, indicam a existência do que há no entorno. Sinalização informal é aquela produzida por comerciantes informais, que não tiveram educação formal para este fim, mas que, mesmo sem o saber culto, criam soluções de comunicação visual para seus comércios. Por  **sistema de sinalização** poderíamos entender ser o conjunto de itens estruturais (placas, letreiros, totens) que, em combinação de uso, possibilitam a comunicação de fluxo, indicativa, etc. de dado local ou estabelecimento comercial.

**Sinalização externa e interna:** Conjunto de placas e totens de identificação localizados em ambiente aberto – um pátio, um parque, uma rua (sinalização externa) ou em ambiente fechado – um prédio, um escritório, etc. (sinalização interna) (ABC da ADG – Glossário de termos e verbetes utilizados em design gráfico)

**Vernacular** é o que é relativo ao que é local. A dialética posta em prática em alguns pontos da pesquisa, no entanto, não opõe uma sinalização local à uma sinalização global, mas sim uma sinalização não-erudita, não culta àquela produzida profissionalmente. Na verdade, não trabalharemos com estes opostos literalmente. Haverá sim, menção de sistemas e soluções da esfera profissional mas que terá como função o viés ilustrativo na pesquisa e não como oposição de resultados práticos.

O termo vernacular, presente no título deste trabalho, é utilizado para nos referirmos à linguagens visuais e idiomas locais. Para o historiador de design Rafael Cardoso, o

vernacular tem relação com “aquilo que é feito á margem do conhecimento erudito.” E ainda, a definição de Ellen Lupton, de 1996:

“O design vernacular não deve ser visto como algo “menor”, marginal ou anti-profissional, mas como um amplo território onde seus habitantes falam um tipo de dialeto local (...). Não existe uma única forma vernacular, mas uma infinidade de linguagens visuais, (...) resultando em distintos grupos de idiomas.” (LUPTON, p. 77)

**Letreiro** é o item de um sistema de sinalização que define a quê o sistema se refere. O letreiro indica o nome de um estabelecimento, o tipo de serviço oferecido, e em alguns casos, outras informações relevantes ao comércio, tais como o número de telefone, site, etc. Nos exemplos citados na pesquisa, letreiro será o item do sistema que indica o comércio, que comunica sua presença e seu porquê no mercado. O letreiro pode ter a estrutura de uma placa, quando é mais simples, isto é, não tem pés ou estrutura de hastes fincadas ao solo. Caso haja alguma estrutura que suporte a informação com fixação direta ao solo, ou como alguma haste fixada ao solo, chamaremos a estrutura de totem. Um letreiro, portanto, pode ter a estrutura de uma placa, ou de um totem, mas é, na sua essência comunicacional, um letreiro.





Fig. 01: Exemplo de letreiro, Niterói, RJ.

Uma placa não é, necessariamente, um letreiro. Um totem também não é, necessariamente, um letreiro. Mas ambos podem funcionar como letreiros. A **placa** é uma base estrutural, geralmente, fixada a paredes ou portas, que veicula informações, não necessariamente relacionadas ao nome do estabelecimento, serviço, etc., como deve ser a informação principal de um letreiro.



Fig. 02: exemplo

de placa, Cachoeiro de Macacu, RJ.

**Totem:** Peça sinalizadora vertical, geralmente fixada no chão. Sua função pode ser de identificação – muito utilizada para o comércio em geral – ou de direcionamento. O nome designa a peça usada tanto em espaços externos como internos. (ABC da ADG – Glossário de termos e verbetes utilizados em design gráfico)



Fig. 03: Exemplos de totem, Niterói, RJ.

Nos sistemas também analisaremos a ocorrência de alguns tipos de criação gráfica, tais como: logotipo, pictograma, tipografia. Abaixo, portanto, seguem breves definições.

**Logotipo:** forma gráfica específica para uma palavra ou símbolo gráfico, de modo a caracterizá-la com uma personalidade própria. (ABC da ADG – Glossário de termos e verbetes utilizados em design gráfico)

**Pictograma:** tipo específico de símbolo gráfico muito utilizado em sinalização. Seu desenho figurativo é esquemático e auto-explicativo e apresenta como características: concisão gráfica, densidade conceitual e uma funcionalidade comunicativa que ultrapassa as barreiras da linguagem verbal. (ABC da ADG – Glossário de termos e verbetes utilizados em design gráfico)

**Tipografia:** arte e processo de criação e/ou utilização de símbolos relacionados aos caracteres ortográficos (letras) e paraortográficos (algarismos, sinais de pontuação, etc.) para fins de reprodução, independente do modo como foram criados (à mão livre, por meios mecânicos) ou reproduzidos (impressos em papel ou gravados em um documento digital). A origem etimológica deste termo encontra-se na

implantação da impressão por tipos móveis na Europa, a partir do século XV. (ABC da ADG – Glossário de termos e verbetes utilizados em design gráfico)

## 1.2 – A Semiologia na pesquisa

Para darmos início às reflexões sobre o papel da Semiologia nesta pesquisa, seria interessante expor definições do que é semiologia e também das distinções em relação à Semiótica, ambas ciências do estudo dos signos mas cada qual com particularidades. Na vivência que tive em classe, nas leituras que fiz de ambas as ciências, achei, desde o início que a Semiologia poderia permitir uma abordagem menos rígida em relação à análise do objeto do que a Semiótica, que possui uma natureza estrutural com mais parâmetros de análise porém mais fechada. A Semiologia, com a simplicidade de sua estrutura, onde o signo é analisado como significante e significado, proporcionou uma liberdade maior na definição dos parâmetros de análise. Utilizarei definições do professor de Semiologia da UFF, Prof. Dr. Latuf Isaias Mucci para ilustrar os significados.

**Semiologia ou semiótica?** Essa nomenclatura designa, grosso modo (mas há, também, uma delicadeza dos signos), a ciência dos signos e dos sistemas significantes (lingüísticos ou não-lingüísticos, como o teatro, o cinema, os ritos etc.); podemos, também, de maneira geral, enunciar que uma mesma diligência dissimula-se por detrás das diferentes denominações de “semiologia” e “semiótica”, oposição fundada, primeiramente, em razões históricas: o filósofo americano Charles Sanders Peirce (1839-1914) e o lingüista suíço Ferdinand de Saussure (1857-1913) conceberam, simultânea e independentemente, um estudo dos sistemas de signos, e, de um modo mais geral, um estudo dos sistemas de significação. A escolha não é apenas terminológica, mas teórica. Apoiando-se em Locke, Peirce adotou o termo “semiótica “ (semiotics) para designar a investigação do universo dos signos, Saussure, por seu turno, através da “semiologia geral” (sémilogie générale), cujo objeto é os códigos e, sem exclusividade, todos os sistemas de signos -, procurou construir a semiologia da língua como sistema. (MUCCI, <http://www.fcsh.unl.pt/edtl/verbetes/S/semiotica.htm>)

**Semiologia:** A semiologia trata de uma imensa variedade de fenômenos do nosso mais prosaico dia-a-dia, fenômenos esses que têm um ponto em comum, na medida em que são considerados signos, isto é, algo que, em alguma circunstância, representa algo para alguém, sugerindo, para além deles próprios, o que quer que seja. Embora constituída como ciência, ou método de pesquisa, apenas nos albores do século XX (o Curso de lingüística geral, de Saussure, data de 1916), a semiologia começou, como tudo, aliás, na cultura ocidental, na Grécia arcaica, com os filósofos denominados “Pré-socráticos”, que se inquietavam com signos e máscaras. Cada vez que alguém – continuava eu minha inesperada preleção sobre semiologia – olha como signos as palavras e as coisas está fazendo uma semiose, ou seja, traça uma interpretação que ultrapassa as meras aparências, as espessuras, a acusticidade, os odores, os sabores, tudo aquilo que a semiologia designa como “significante”; pela semiose, o leitor, o ouvinte, o espectador, o fruidor cria e recria significados, ou significações, como prefere o semiólogo francês Roland Barthes. Investir algo com a natureza de signo significa conferir-lhe o poder de produzir infindas significações. (MUCCI, <http://www.fcsh.unl.pt/edtl/verbetes/S/semiologia.htm>)

**Símbolo:** Uma das caracterizações que Peirce faz do símbolo descreve-o como aquele signo cuja relação com o objeto consiste numa relação com o interpretante. Seu caráter representativo consiste precisamente no fato de que ele é uma regra que vai determinar seu interpretante. Qualquer símbolo, portanto, controla seu significado. (PINTO, p. 54)

Pretendemos, portanto, ainda neste capítulo fornecer elementos para a abordagem e reflexão sobre os sistemas de sinalização informal, tomando-os como um conjunto de variadas manifestações estéticas e também com variados significados, que é preciso mapear antes de qualquer discussão crítica. Por isso, consideramos imprescindíveis ferramentas de análise como a Semiologia, que visam um trabalho sistemático, devido à sua qualidade



estrutural mas também seja capaz de operar a partir de novas categorias que abrangem desde o aspecto estético ao conteúdo lingüístico de cada sistema.

A obra semiológica de Roland Barthes é ferramental para a leitura que pretendemos fazer na pesquisa pois aplica aos sistemas de sinalização um método de lingüística, que considera todos os pontos que deveremos analisar num sistema: a fonte de elocução, que na pesquisa é o comerciante que criou e produziu o sistema, o receptor, que é o público que lê os sistemas (aqui, esta análise reflexiva poderia ser considerada o receptor), e o canal de transmissão, que são os sistemas em si, em suas condições físicas, estruturais.

Ao concentrarmos as atenções na mensagem, ou seja, nas características dos sistemas de sinalização informal, poderemos analisar semanticamente a constituição do que vem a ser esta mensagem e porque ela suscita variados significados. Se toda mensagem é formada de significante (os sistemas físicos, as placas, letreiros, etc.) e de significado (o aspecto conotativo inferido da percepção do significante), cada sistema contém na verdade duas mensagens: uma primeira mensagem constituída pela placa, por exemplo, e sua presença física, com seu texto que será simplesmente traduzido dos sinais gráficos que são as letras, e teremos a decifração de códigos lingüísticos. Essa mensagem “primeira” ainda não inclui o significado completo do sistema, e, conseqüentemente de quem criou o sistema. Ainda existem características estéticas, lingüísticas, estruturais que se superpõem e intertextualizam com a primeira mensagem, e possibilitam novas mensagens; A segunda mensagem é, portanto, a mensagem total, que deriva da percepção ou leitura das características físicas presentes em cada sistema associada à percepção das qualidades comunicadas por quem criou o sistema e também por quem o lê. Essas mensagens se relacionam de forma especial: no ato da leitura e percepção de um sistema, a primeira mensagem torna-se apenas a significante da segunda mensagem, o que, poderíamos inferir, alarga o fenômeno da conotação para um patamar além da sinalização, que está relacionado com a comunicação de massa, onde lidamos, basicamente, com mensagens conotadas.

A utilização da Semiologia Barthesiana estabelece uma estrutura própria para leitura e percepção dos sistemas de sinalização informal: a identificação da denotação (a mensagem ou sentido "primeiro" dos sistemas, isto é, a sua apreensão literal, lingüística, de decodificação pura e simples do símbolo, seja ele verbal ou imagético), da conotação (o

sentido "segundo", aquele que é "captado" pelo espectador a partir do que, segundo as suas referências culturais, a mensagem "quer dizer") (BARTHES, 1988).

Um aspecto interessante deste tipo de análise é a percepção de quanto somos participantes nas leituras de sistemas de sinalização: de maneira alguma somos passivos ou não participantes neste processo pois atuamos, indiscutivelmente, nos resultados de significação de cada sistema, somos parte da semiose fundamental de cada leitura que fazemos. Interpretar algo como um fenômeno semiológico (ou semiótico) implica em identificar um processo de simbolização na comunicação: trocas entre o remetente e o destinatário. Num sistema semiótico toda entidade pode tornar-se significante e significado. Segundo Umberto Eco:

“Na cultura toda entidade pode tornar-se um fenômeno semiótico. As leis da comunicação são as leis da cultura. A cultura pode ser estudada completamente sob o perfil semiótico. A semiótica é uma disciplina que pode e deve ocupar-se com a cultura em sua totalidade.” (ECO, p. 34)

Gostaria ainda neste capítulo, antes de iniciarmos as análises dos sistemas de sinalização informal, de alongar um pouco mais a reflexão sobre a pertinência da Semiologia na pesquisa e introduzir uma reflexão desenvolvida a partir da leitura e análise de um capítulo da obra *O Óbvio e o Obtuso*, de Roland Barthes. Acredito que possa ser uma maneira interessante de entrecruzar a obra do célebre semiólogo francês com a análise proposta na pesquisa.

### **1.3 – O espírito da Letra**

Roland Barthes, na ocasião do lançamento da *Enciclopédia da Letra*, em 1970, escrita e organizada por Massin, escreveu um artigo para a *Quinzaine Littéraire*, que posteriormente foi publicado em seu livro *O Óbvio e o Obtuso*. Tomarei este capítulo como base de uma análise teórica e, sobretudo, gráfica da evolução do signo lingüístico como elemento gráfico, onde darei especial atenção à criação que ocorre nos sistemas de sinalização popular do comércio informal. A análise desta “sinalização informal” pretende valorizar a

participação do popular na criação de sistemas semióticos de sinalização onde o contexto pictórico da Letra situa-se além da própria Letra.

“Toda poesia, todo o inconsciente são uma volta à letra.” (BARTHES, p. 93)

A importância da obra *Enciclopédia da Letra*, para Roland Barthes, vai muito além do valor histórico de se poder reunir num volume exemplos da letra ocidental da antiguidade até outros mais atuais, como as letras de *Yellow Submarine*, dos *Beatles*, tidas como exemplo de tipologia moderna na época. A enciclopédia organizada por Massin tem valor semiológico pois proporciona o olhar signico no objeto Letra. E o que Barthes quis dizer com isso?

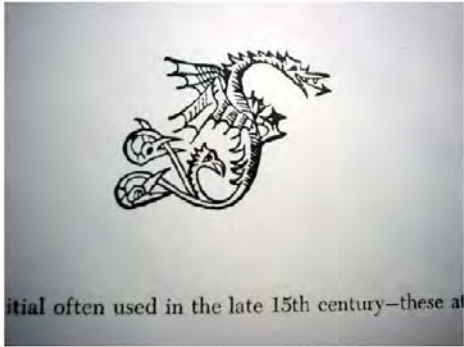
Se por um lado a Letra é lei, mantém cativa a linguagem, censura, por outro, esta mesma Letra é liberdade, libertadora de símbolos, totalmente prazer. Detectamos, um trajeto circular da Letra, onde ela atende, ao mesmo tempo, sua função primeira, de ser parte de uma palavra, por exemplo, e uma outra função, (ou outras, infinitas), a de atender à escrita. A Letra é, portanto, um significante contraditório pois ao mesmo tempo que dita a lei da linguagem escrita, proporciona uma profusão incessante de leituras livres e também a produção de uma diversidade de novos símbolos.

A enciclopédia de Massin nos mostra isso através da profusão de alfabetos criados ao longo do tempo: podemos senti-los grotescos, diabólicos, cômicos, sensuais, etc. Para Barthes a importância desta obra, ao reunir vários alfabetos produzidos ao longo da História, está justamente no caráter aberto da semiótica. O caminho da significância possibilita leituras livres onde as significações não se fecham.



Fig. 04 a 08: Exemplos de alfabetos usados em livros; cerca 1500.





Initial often used in the late 15th century—these at



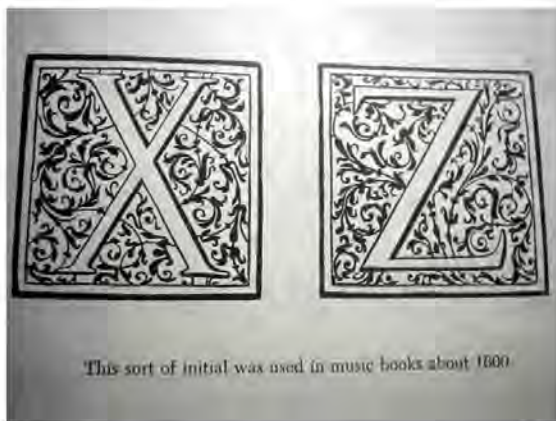


Fig. 09: Exemplo de alfabeto usado em livros, cerca 1600.

Segundo Barthes: “o alfabeto é uma cadeia significante, não se esgota, é um sintagma exterior ao sentido mas não ao signo.” (BARTHES, p. 94) Ainda Barthes:

“Todos os artistas citados por Massin, monges, grafistas, litógrafos, pintores, fecharam o caminho que parece levar, naturalmente, da primeira à segunda articulação, da letra à palavra, e tomaram *outro* caminho, que é o caminho não da linguagem, mas da escrita, não da comunicação mas da significância: aventura que se situa à margem das pretensas finalidades da linguagem, e, justamente por isso, no centro de sua ação.” (BARTHES, p. 94)

Um ponto importante defendido pelo organizador da enciclopédia e por Barthes é que, ao se fazer uma análise da profusão de grafias das letras presentes no volume pode-se afirmar que Letra não é som, apesar da Lingüística afirmar o contrário, que a linguagem provém da palavra, cuja escrita seria uma forma de organização. Para Massin o devenir e o porvir da letra independem do fonema, ou seja, do som.

Outro ponto de extrema importância é a reflexão, possibilitada pelas imagens da enciclopédia, sobre a metáfora. Os alfabetos permitem e proporcionam relações metafóricas com “algo mais além da letra”. O signo-imagem, constituído por animais, homens, folhas, instrumentos extrapolam o alfabeto e suas 26 letras. “O mundo inteiro incorpora-se à letra, a letra torna-se imagem na tela do mundo.”

Podemos inferir, após análise da resenha de Barthes, a presença de três aspectos referentes às relações metafóricas a partir das letras: Uma relação de analogia mínima ou continuidade que poderia ser exemplificada pelos caligramas de Apollinaire ou poemas em formas de objetos, como na poesia concreta, Augusto de Campos por exemplo, onde as letras montam uma forma, que é expressão do poema ou texto; uma outra relação onde a natureza polissêmica do signo-imagem é liberada de sua função linguística, que é fazer parte de uma palavra, e então a Letra pode dizer tudo pois torna-se um outro tipo de objeto gráfico, onde fazer parte da palavra deixa de ser a razão principal de ser Letra e esta, torna-se, portanto, o além-Letra; e ainda uma terceira relação onde a Letra não é mais a origem da imagem, aqui toda metáfora é inoriginada.

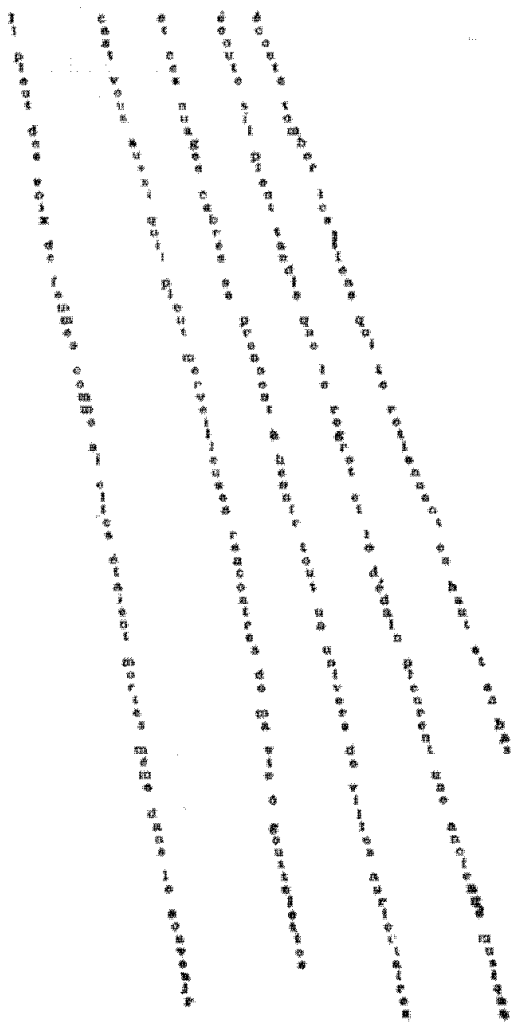


Fig. 10: Exemplo de caligrama de Apollinaire.

1917.



Segundo o autor:

“(…) a relação analógica é circular: nos signos, quem começa? O homem ou a letra? (….) Na verdade, o que existem são cadeias flutuantes de significantes que passam umas pelas outras, que se transpassam: a escritura está *no ar*.” (BARTHES, p. 95)

O lingüista e semiólogo francês, George Jean, também discorre sobre a importância do trabalho de Massin, ao criar a Enciclopédia da Letra, e afirma em *A Escrita, Memória dos Homens*:

“No mundo moderno e em particular, sob a influência da publicidade, a letra tornou-se uma entidade; retirada da multidão de palavras, desprovida das suas conotações semânticas, ela invadiu o universo da visão, quer seja ele institucional, como o da publicidade, ou “selvagem”, como o do grafismo. Hoje, a letra é parte integrante do mundo inteiro e de seus referenciais.” (JEAN, p. 130)

Um magnífico exemplo desta relação circular da Letra com a metáfora é o alfabeto criado pelo pintor russo Romain de Tiroff, que se denominava Erté, nome formado por suas iniciais em francês, e que foi um dos maiores designers de moda e de teatro do início do século XX. Para Barthes, o fato de Erté ter respirado o mundo da moda por mais de 50 anos, dava-o consistência para lidar com o objeto-mor da moda: a mulher. “É a mulher objeto primeiro e último (já que todo espaço significante é circular).” (BARTHES, p. 98)

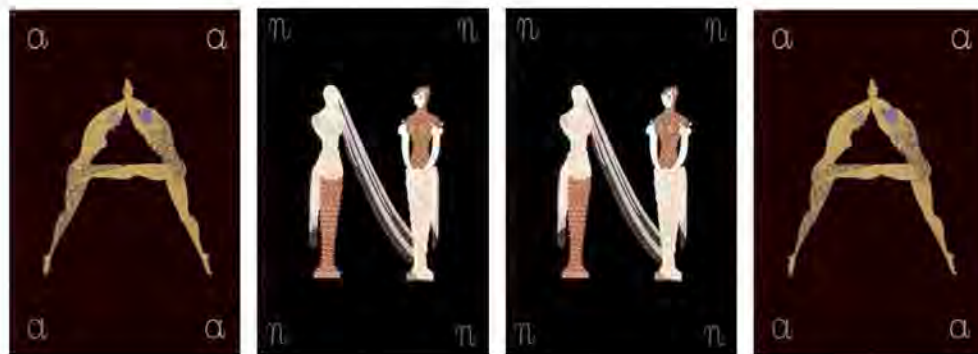


Fig. 13:

Exemplos de letras do alfabeto criado por Erté, 1925.

Segundo Roland Barthes, por trás de cada Mulher de Erté existe um espírito da Letra, “como se o alfabeto fosse o espaço natural originário do corpo feminino.” E diz mais: “as mulheres criadas por Erté continuam letras mesmo fora do alfabeto, são no máximo, letras desconhecidas, letras de uma língua jamais ouvida, que nosso particularismo não nos deixaria falar.” (BARTHES, p. 99) Neste alfabeto a Mulher empresta à Letra sua figura, suas pernas, sua silhueta. A Letra, em contrapartida empresta à Mulher sua abstração. “A silhueta é um produto essencialmente gráfico, faz do corpo humano uma letra que pede para ser lida.” E, por mais feminina e sensual que possa ser esta obra de Erté, como afirma Barthes, seu ponto de partida não é a Mulher mas a Letra. E a letra de Erté é este ponto de partida das metáforas. Mas pode ser o contrário: a metáfora poderia ser o ponto de partida da letra. Daí a metáfora cíclica, sem sabermos onde está o início, sem chegarmos ao fim.







Fig. 14: Exemplos de letras do alfabeto criado por Erté, 1925.

Partiremos, portanto, para uma articulação deste contexto pictórico da Letra com a produção tipográfica das placas de sistemas de sinalização informal, ou seja, sistemas de sinalização produzidos por comerciantes informais e que estão presentes no nosso entorno. O exemplo acima, da produção de Erté analisada por Barthes, ilustra bem como a Semiologia pode ser aplicada como ferramental de análise e reflexão. Como, ao elegermos o objeto um signo e ao analisarmos este objeto com um olhar semiológico, podemos explorar categorias novas, ainda não pensadas, ou seguir por caminhos já abertos, mas de formas inéditas, não fechadas, que não limitam. A análise semiológica feita por Barthes está restrita ao alfabeto. No caso desta pesquisa analisaremos este aspecto mas não nos limitaremos às letras ou alfabetos, iremos além. Utilizaremos a Semiologia para qualificarmos em cada sistema de sinalização, em categorias, aspectos de: tipografia, formatos, cores, materiais, estruturas, localização no entorno, relação com outros itens do sistema, etc. Na análise dos sistemas escolhidos para a pesquisa tentaremos provar que, apesar dos comerciantes informais apropriarem-se de recursos da sinalização usual (tida como correta, como exemplo), ousam, de modo prosaico e eficaz, legitimar novos signos gráfico-visuais, inaugurando assim uma maneira de comunicação que extrapola seu caráter popular e possibilita novas leituras.

## **CAPÍTULO II: ANÁLISE DOS SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO INFORMAL**

### **2.1 – Introdução ao capítulo II e gráfico das categorias de análise**

Neste capítulo faremos as análises dos sistemas de sinalização informal escolhidos para ilustrarem a pesquisa. A abordagem, a aproximação com o objeto será semiológica, ou seja, o olhar para o objeto o definirá como signo, e, todo signo supõe um significante e (no mínimo) um significado. A idéia é que possamos analisar de forma mais direcionada o significante, o objeto em si, e para isso iremos desenvolver cada análise tomando como ponto de partida categorias pré-definidas. Esta primeira análise, a partir das categorias genéricas de cada sistema de sinalização, nos guiará a categorias mais específicas, as quais poderão suscitar novas significações. Estaremos ainda na esfera do significante, mas, ao definirmos categorias mais específicas e alargarmos a percepção que fazemos do significante, estaremos naturalmente gerando novos significados. É este processo, da percepção e análise dos significantes (os sistemas) que caracteriza a semiótica, a análise semiológica.

#### **Variabilidade e invariabilidade**

Utilizarei referências do trabalho desenvolvido pelo teórico de linguística José Luiz Fiorin, em seu livro *Linguagem e Ideologia*, para analisar, nos sistemas de sinalização presentes aqui, os conceitos de variabilidade e invariabilidade. Segundo o autor, uma análise feita a partir de categorias que variam e que não variam possibilita organizar, categorizar de forma mais abrangente, eleger sistemas de significação complementares ou opostos. Ele aplicou o recurso em análises desenvolvidas em discursos linguísticos. Nós utilizaremos para analisar, no entanto, a comunicação dos sistemas de sinalização informal escolhidos nas pesquisas de campo e iremos reunir em cada um deles categorias que variam, categorias que não variam. Desta forma, atingiremos o objetivo de classificar as categorias e também as suas possíveis leituras e significações. A invariabilidade ressaltará os aspectos mais comuns dos sistemas, o que poderá ser sistematicamente detectado. A variabilidade, por sua vez, ressaltará características particulares, que fazem, por exemplo, que um determinado sistema tenha alguma afinidade com outro, ou, pelo contrário, que seja uma característica que o coloque em situação oposta a outro. Um vendedor de coco tem o mesmo objetivo de



um outro vendedor de coco: vender cocos. Supõe-se, nesta pesquisa, (devido ao universo econômico e social dos comerciantes que tiveram os sistemas escolhidos), que suas bases educacionais sejam parecidas; o serviço (o tema, o comércio) é o mesmo: a venda de cocos, água de coco, etc... O que diferencia os dois comerciantes, portanto? O que os une? Quais aspectos, dentro do universo da pesquisa, a sinalização feita por estes comerciantes informais, são constantes, quais aspectos são diferentes? O que significa, hoje, a comunicação de sinalização feita no comércio informal? Existe um padrão de comunicação informal em sinalização?

A identidade desta sinalização informal não está nas referências pessoais de cada comerciante, mas sim na inserção de cada um deles no comércio informal, no mercado, e, conseqüentemente, no sistema de comunicação através da sinalização. É a forma como é dada esta inserção, a forma como o comerciante comunica seu comércio que vai possibilitar a classificação da criação (sistema de sinalização). É através do material recolhido na pesquisa de campo que teremos a direção de quem são os criadores, ou qual momento socioeconômico propiciou o surgimento das criações (não iremos, porém lidar com estas questões).

Trabalhar, classificar as variáveis e invariáveis é, portanto, a chave para chegarmos a análises e conclusões quanto aos sistemas pesquisados. O material de análise passa a ser um “ser”, tentaremos pois, ouvi-lo. Iremos separar as partes deste ser, tentar uma dissecação do objeto, para depois, juntar as partes novamente. Tentar fazer com que cada sistema dialogue com os outros sistemas. Deixar também que o corpo do material dialogue comigo e para que isso aconteça de forma mais livre e espontânea, não conduzir a análise a partir de uma percepção pessoal em relação ao objeto, mas fazer justamente o contrário: deixar que o material *fale* o que é relevante para a análise.

Este trabalho não é somente sobre os sistemas de sinalização informal mas resultará, naturalmente, em informação sobre quem os cria, o porquê da criação em certos tipos de comércio, ou em dada localização. Talvez seja impossível uma análise totalmente isenta destes resultados conseqüentes, afinal, os sistemas comunicam muito além da informação relativa à determinada situação de venda. Eles falam sobre o comerciante, sua condição de vida.

Antes da análise de cada sistema, porém, para auxiliar numa percepção geral das categorias que estarão presentes nas análises individuais, consideremos o diagrama a seguir e que foi desenvolvido após o término das análises dos sistemas. Deste modo, todas as variáveis estão presentes no esquema, porém, nas análises individuais, como poderão ver, somente as categorias pertinentes ao sistema em análise estarão em uso.

O ponto de partida da análise é sempre o sistema de sinalização. Assim ocorre ao analisarmos o diagrama e assim ocorreu na pesquisa, na prática da análise dos sistemas. Como já foi mencionado, foram os sistemas que indicaram os caminhos possíveis. Foi a partir da percepção das particularidades ou das características comuns presentes nos sistemas que pudemos avaliar, num plano geral, as categorias que estariam em análise na pesquisa. Desta forma, o **SISTEMA DE SINALIZAÇÃO** é o ponto central e inicial do diagrama. Este item, está envolto com algumas palavras que poderiam ser adjetivos dos sistemas escolhidos para a pesquisa pois todos possuem, num certo grau, estas qualidades.

Os **DADOS BÁSICOS** (data da pesquisa de campo; localização geográfica) são as primeiras características a serem inseridas nas análises para que possamos nos situar em relação ao ano e ao local. Estes parâmetros não são tão relevantes neste trabalho pois nosso universo temporal é pequeno, 2 ou 3 anos, e a localização não foi demarcada. Trabalhamos com exemplos que foram possíveis de serem encontrados ao acaso, ou seja, em viagens que fiz ou nos deslocamentos do cotidiano. Mesmo assim, considero estes dados básicos como informações que unem os sistemas dentro de um universo sincrônico e geográfico na pesquisa.

As categorias **FORMATO ESTRUTURAL, CONTEÚDO INFORMATIVO, DESIGN, LOCALIZAÇÃO** (em relação ao entorno) podem ou não aparecer nas análises individuais pois foram estas, com intensidades variáveis, ou pelo fato de fazerem parte ou não dos sistemas, que chamaram a atenção para a pesquisa. Portanto, um sistema poderia ter o *design* como categoria relevante para o trabalho e não ter características de *conteúdo informativo* que fossem interessantes para a análise.

A categoria **FORMATO ESTRUTURAL** define o tipo de suporte dos sistemas, que podem ser: letreiros, totens, placas ou cartazes. Estes, por sua vez, podem ser letreiros dupla-face; totens pivotantes, ou placas aéreas, por exemplo. Estas são as subcategorias.

Ainda em relação ao formato estrutural poderemos analisar o tipo de fixação do sistema e os materiais utilizados na produção.

Em **CONTEÚDO INFORMATIVO**, analisaremos se o conteúdo dos sistemas é textual, pictórico ou textual e pictórico, concomitantemente. Também relevante como subcategoria seriam os tipos de discurso presentes no conteúdo informativo: informal? formal? Informal-gráfico?

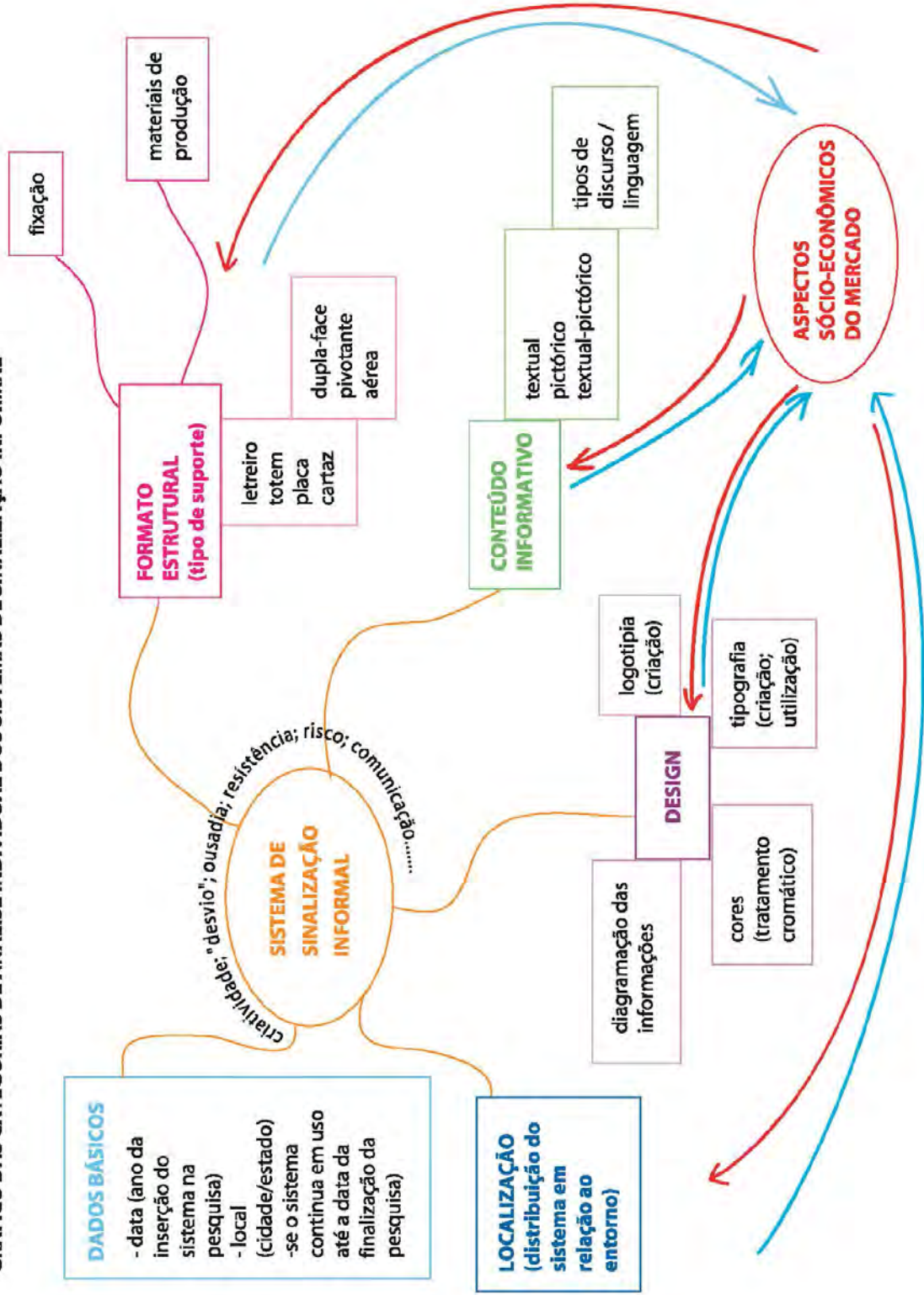
Quanto ao **DESIGN** poderemos analisar se o sistema apresenta algum tipo de criação de logotipo ou de tipografia; se o tratamento cromático é relevante; ou se a diagramação das informações infere significados que estão além das informações.

A categoria **LOCALIZAÇÃO**, tratará da relevância do posicionamento dos sistemas (ou de seus itens, caso seja um sistema complexo, com mais de um item) em relação ao entorno. Nesta categoria encontram-se alguns exemplos onde a percepção do que está ao redor, do que está próximo, fez com que os comerciantes criassem soluções que levassem a localização dos sistemas em consideração.

A categoria **ASPECTOS SÓCIO-ECONÔMICOS** do mercado foi inserida como contraponto, como um aspecto externo à produção dos sistemas mas que influi o criador-comerciante e, por sua vez, é afetado, em alguma extensão pelos sistemas criados pelos comerciantes e seus comércios.

Todas as categorias e subcategorias poderão ser analisadas como possibilidades de geradores de significações. Poderíamos pensar que são subsignificantes, derivados do significante principal: o sistema em si (a coisa), que também é signo, pois é formado também de significado (s).

**GRÁFICO DAS CATEGORIAS DE ANÁLISE INDIVIDUAL DOS SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO INFORMAL**



## 2.2 – Iconografia e análise semiológica individual dos sistemas de sinalização informal

### 1. TÍTULO: AIPIM 50m

ANO: 2005

LOCAL: Estrada nova de Itaipu, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: placa

MATERIAL: madeira, tinta.

FIXAÇÃO: escorada em barranco, no chão.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN: tipografia (diagramação não-usual)

LOCALIZAÇÃO EM RELAÇÃO AO ENTORNO: a placa antecede o comercio em 50m.

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: tipografia; escrita na vertical não comum, cor azul das letras. Outro aspecto interessante desta placa poderia ser o conteúdo textual: o fato do autor mencionar 50m, indica a proximidade da barraca, a localização para que o motorista possa se preparar para parar. Indicação de fluxo.



### 2. TÍTULO: AUGUSTU'S BAR

ANO: 2004

LOCAL: Largo da batalha (estrada da Cachoeira), Niterói.

AINDA EM USO: sim

ANO: 2004

TIPO DE SUPORTE: pintura em parede

MATERIAL: tinta

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

DESIGN: logotipia; Tipografia

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: tipografia; ilustração na ambientação.





3. **TITULO: BAR DO “MACHADO”**

ANO: 2004

LOCAL: Largo da batalha (estrada da Cachoeira), Niterói.

AINDA EM USO: sim

ANO: 2004

TIPO DE SUPORTE: pintura em pilar

MATERIAL: tinta

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN: logotipia; iconografia

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: tipografia; escrita na vertical não-usual, iconograma (desenho de um machado) substitui o nome.



4. **TITULO: A PRECIOSA DAS BATIDAS**

ANO: 2004

LOCAL: Largo do Marrão, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: letreiro de apoio

MATERIAL: PVC branco, corrente, tinta.

FIXAÇÃO: aérea, utilizando como suporte o letreiro principal.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: A utilização do suporte, produzido pela patrocinadora do letreiro, a cervejaria Schincariol, que é, inclusive, concorrência das batidas (vendem a mesma substancia: álcool)



5. **TITULO: BONECO DO PONTO DE TÁXI**

ANO: 2006

LOCAL: Centro, Rio de Janeiro.

AINDA EM USO: desconhece-se.

TIPO DE SUPORTE: totem

FIXAÇÃO: amarrado em poste de iluminação publica.

MATERIAL: lataria de sucata de automóveis, tinta

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: o boneco funciona como uma pessoa indicando o ponto do táxi. Não há o texto completo PONTO DE TÁXI, somente a palavra táxi e o boneco apontando para o local. A indicação do fluxo não é dada por setas mas pelo braço do boneco.



6. **TÍTULO: AUTOCARGA DE BATERIA**

ANO: 2004

LOCAL: Largo da batalha, Niterói.

AINDA EM USO: não

TIPO DE SUPORTE: painel

FIXAÇÃO: na parede dos fundos do estabelecimento.

MATERIAL: lona branca, suporte traseiro, tinta.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN: logotipia; tipografia; cores; diagramação.

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: o símbolo do logotipo são dois bonecos (ou gêmeos siameses) se movimentando para juntar a carga positiva com a carga negativa (o que faz o carro funcionar). As perninhas dos bonecos fazem um jogo visual com o texto que hora aparecem na parte de trás, hora na frente. Movimento!

A escolha das cores também é bastante coerente: preto (com a tipografia mais encorpada, com um detalhe no meio das letras que também indica movimento) e vermelho: cores típicas do meio automotivo: atenção/asfalto/ pneus, etc.



7. **TÍTULO: BORRACHEIRO**

ANO: 2006

LOCAL: Largo da batalha, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: letreiro dupla-face, totens

FIXAÇÃO: por correntes (letreiro indicativo na fachada); totens de pe (totens no fluxo, na calçada e na calçada oposta).

MATERIAL: sucatas de pneus, calotas e rodas, perfis de ferro, correntes, solda, tinta.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

DESIGN: cores.

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: É um sistema completo de sinalização, com a preocupação de indicação na fachada, no fluxo da rua em frente à loja e também no fluxo da rua, no outro lado da calçada. Arte decorativa na pintura do sistema.





8. **TÍTULO: COCO/ÁGUA DE COCO-VENDA**

ANO: 2004

LOCAL: Calçadão da praia de São Francisco, Niterói.

AINDA EM USO: desconhece-se

TIPO DE SUPORTE: cartaz

FIXAÇÃO: colado nos isopores ou na estrutura da venda ambulante.

MATERIAL: plástico e tinta; giz.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico.

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: material para contraponto com outros vendedores. O material de sinalização deve ser produzido pelo fornecedor de cocos, pois havia outros iguais em outras vendas.



9. **TÍTULO: COCO/ÁGUA DE COCO-VENDA**

ANO: 2004

LOCAL: Calçadão da praia de São Francisco, Niterói.

AINDA EM USO: desconhece-se

TIPO DE SUPORTE: cartaz

FIXAÇÃO: fixado em árvore

MATERIAL: plástico e tinta; giz.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico.

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: material para contraponto com outros vendedores. O material de sinalização deve ser produzido pelo fornecedor de cocos, pois havia outros iguais em outras vendas.



10. **TÍTULO: COCO/ÁGUA DE COCO-VENDA**

ANO: 2004

LOCAL: Calçadão da praia de Charitas, Niterói.

AINDA EM USO: desconhece-se

TIPO DE SUPORTE: letreiro

FIXAÇÃO: no chão, escorado na estrutura da venda ambulante, que é um carrinho de supermercado, provavelmente, apropriado.

MATERIAL: base em madeira, plástico, tinta, canudos.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: criatividade na utilização dos canudos como amarração (entra no universo da ação de beber a água de coco antes da venda efetiva. A questão: foi intencional?)





**11. TÍTULO: COCO/ÁGUA DE COCO-VENDA**

ANO: 2005

LOCAL: Estrada Francisco da Cruz Nunes, Pendotiba, Niterói.

AINDA EM USO: não

TIPO DE SUPORTE: letreiro dupla-face, tipo bandeirola.

FIXAÇÃO: no chão, escorado na estrutura da venda ambulante, que é um carrinho de supermercado, provavelmente, apropriado.

MATERIAL: base de chapa de ferro, tinta, madeira.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: tipo de suporte dupla-face, com fixação aérea.



**12. TÍTULO: COCO/ÁGUA DE COCO-VENDA**

ANO: 2005

LOCAL: Em frente ao MAC, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: totem dupla-face, painéis, capa de tecido do bebedouro.

FIXAÇÃO: no chão, escorado em árvore e em balcão de madeira, confeccionado pelo comerciante.

MATERIAL: tinta, madeira.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: informação textual com discurso escrito em português, inglês e espanhol, que são "traduzidos" para o português.

A tipografia foi pintada a partir de gabaritos de letras mas foi reforçada à mão.

O vendedor também colocou um bebedouro para que os clientes possam lavar as mãos antes e depois de tomarem a água de coco. O texto é bilíngüe, e consta na capa do reservatório de água. Ele utiliza o bebedouro com outra finalidade, subverte seu uso.



**13. TÍTULO: MUDANÇAS E FRETES BAÚ/LUCINHO**

ANO: 2004

LOCAL: Estrada da serrinha, Região dos Lagos.

AINDA EM USO: desconhece-se

TIPO DE SUPORTE: totem

MATERIAL: hastes e base de madeira, tinta.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN: logotipia; tipologia; cores.

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: o discurso escrito tem uma inclinação para a conversa informal, pois indica o apelido do dono do serviço.

A arte decorativa na moldura, a ilustração também reforça a mensagem escrita. O nome do serviço aparece dentro do caminho (ilustração).

A tipografia foi pintada à mão livre.



**14. TÍTULO: REFRIGERAÇÃO FICA ASSIM/CONCERTO DE GELADEIRAS**

ANO: 2004

LOCAL: Largo da Batalha, Niterói.

AINDA EM USO: não

TIPO DE SUPORTE: letreiro, totem

FIXAÇÃO: em duas geladeiras, que são também o objeto do serviço prestado; na fachada da loja.

MATERIAL: tinta, lona.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

DESIGN: diagramação

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: o NOME do estabelecimento é o que me chamou atenção para este sistema. Mas além do nome, sobretudo a forma como ele estava exposto: usando as geladeiras como suporte. Uma delas, bem velha, com a palavra “fica” a outra, já restaurada, com a palavra “assim”. O comerciante conseguiu resumir o serviço que presta graficamente (no letreiro), usando apenas as geladeiras, e o nome do estabelecimento. Para um comércio que está situado numa estrada, com passagem de veículos em velocidade, esta forma de apresentação é bastante eficaz: em segundos percebemos do que se trata!

OBS.: Este letreiro foi modificado pelo dono do estabelecimento. Esta pérola da criatividade não existe mais.... Será que não estava funcionando?? Ficou assim por anos.....





**15. TÍTULO: CHAVEIRO TRANCOSO**

ANO: 2005

LOCAL: Trancoso, Bahia.

AINDA EM USO: desconhece-se

TIPO DE SUPORTE: painel

FIXAÇÃO: no muro de estacionamento da praia.

MATERIAL: chapa de ferro, tinta.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: o painel indicando o serviço chama a atenção pela localização estratégica pois está instalado numa área de estacionamento na praia de Trancoso. O aspecto informal de diálogo (“é só ligar”) também pode ser analisado como uma utilização criativa do discurso oral.



**16. TÍTULO: AÇOUGUE TRANCOSO**

ANO: 2005

LOCAL: Trancoso, Bahia.

AINDA EM USO: desconhece-se

TIPO DE SUPORTE: letreiro

FIXAÇÃO: na fachada

MATERIAL: madeira, tinta.

CONTEUDO INFORMATIVO: pictórico

DESIGN: logotipia com uso exclusivo de ícone gráfico (ilustração)

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: o letreiro do comércio chama a atenção pela ausência de palavras escritas. Somente um desenho de um porco, estrategicamente manchado como se fosse uma sugestão de corte... O fato de ser um letreiro sem o discurso escrito e sim com um “discurso” pictórico (visual) não impossibilita, por momento algum, a percepção do tipo de serviço oferecido neste comércio, ou seja, de que se trata de um açougue.



**17. TÍTULO: BAR PALHA DE COCO**

ANO: 2005

LOCAL: Itaúna, Espírito Santo.

AINDA EM USO: desconhece-se

TIPO DE SUPORTE: letreiro

FIXAÇÃO: na fachada, pintura em parede de casa pau-a-pique.

MATERIAL: tinta.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN: criação de tipografia a partir de ícone (ilustração)

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: o nome do comércio chama a atenção pela forma como a tipografia foi criada: imita o movimento, a leveza da palha de coco. As ilustrações compostas por coqueiros, também colaboram para a ambientação.



**18. TÍTULO: FRETES DO SR. ROBERTO**

ANO: 2005

LOCAL: Rua Mário Viana, Santa Rosa, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: painel

MATERIAL: lona, hastes em madeira, tinta.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN: utilização de ilustração

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: A ilustração. O discurso informal da informação textual.





19. **TITULO: HOT DOG**

ANO: 2005

LOCAL: Estacionada em São Domingos, Niterói.

AINDA EM USO: desconhece-se

TIPO DE SUPORTE: letreiro pintado na van, adaptada para o serviço.

MATERIAL: tinta spray

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN: logotipia; iconografia; ilustração

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: A ilustração: o *hot dog* é um ROTTWEILER! Em tempos de leis proibindo cachorros de raças consideradas violentas (tais como Pitbull e Rottweiler) circular com seus donos sem mordaca, etc. nada mais atual. Este não é qualquer *hot dog*, mas sim um *super hot dog*: grande, feroz! O termo em inglês também é usado sem a tradução em português, o que demonstra uma valorização do estrangeirismo, talvez usado para chamar a atenção por ser diferente. O termo cachorro-quente é mais usual, neste tipo de comércio.



20. **TITULO: IGREJA DE NOVA VIDA/PENDOTIBA**

ANO: 2004 e 2006

LOCAL: Pendotiba, Niterói.

AINDA EM USO: nao (foi substituído por um letreiro com produção profissional)

TIPO DE SUPORTE: letreiro; painel

FIXAÇÃO: pintura em parede de alvenaria, na lateral do estabelecimento.

MATERIAL: tinta, madeira.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

DESIGN: logotipia

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: O que chamou a atenção foi o logotipo: o V é, claramente, um símbolo que remete à asas, ao vôo, à possibilidade de uma nova vida, de mudanças....

Após 2 anos: o número de igrejas de NOVA VIDA, foi aumentando rapidamente, e também a sinalização foi sendo utilizada de forma profissional. Nas sedes novas não vemos mais letreiros pintados à mão mas sistemas produzidos por fornecedores profissionais: letreiros em blockletters (de aço ou chapa de ferro) e lonas impressas com tecnologia digital. Vale ressaltar, portanto, a rapidez com que os projetos passam a ter projetos de sinalização profissionais, o acesso fácil à tecnologia, às formas mais modernas, rápidas e acessíveis, de produção de sistemas de sinalização profissionais.



21. **TITULO: LAVA JATO / SÃO DOMINGOS**

ANO: 2005

LOCAL: São Domingos, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: letreiro

FIXAÇÃO: na fachada da casa onde e oferecido o serviço

MATERIAL: tinta, chapa de ferro.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

DESIGN: logotipia

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: O tratamento da tipografia, como se remetesse a tipografia oriental, árabe.  
As cores: utilização da cor prata pode ser intencional devido a quantidade de carros prateados e metálicos.



22. **TITULO: LAVA JATO / SÃO GONÇALO**

ANO: 2005

LOCAL: São Gonçalo, RJ.

AINDA EM USO: desconhece-se

TIPO DE SUPORTE: letreiro

FIXAÇÃO: no poste de iluminação publica

MATERIAL: tinta, madeira.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

DESIGN: logotipia, tipografia.

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: O tratamento da tipografia faz com que o texto torne-se um logotipo (as letras tornam-se um símbolo gráfico, mais forte do que elas próprias). A profundidade, perspectiva no desenho das letras, que traz movimento a imagem. As cores que contrastam muito bem com o fundo e que têm leitura perfeita a distancia, a noite também.



23. **TITULO: LAVA JATO / SAPÊ**

ANO: 2005

LOCAL: Sapê, Niterói.

AINDA EM USO: não

TIPO DE SUPORTE: letreiro

FIXAÇÃO: no poste de iluminação publica

MATERIAL: Pintura em plástico; moldura e hastes em madeira.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

DESIGN: diagramação

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: A diagramação do texto, como se fosse um passatempo de palavra-cruzada. Na verdade, devido à alta quantidade de comércios lava-jato, podemos fazer uma leitura perfeita do serviço oferecido pois este tipo de serviço, e conseqüentemente, o termo, vêm sendo utilizados cada vez mais como alternativa comercial. Acredito que a funcionalidade deste letreiro, da informação, da rapidez da leitura, estão diretamente ligados ao fato deste tipo de comércio/serviço ser muito popular nos dias atuais.





24. **TÍTULO: LAVA JATO / VIÇOSO JARDIM**

ANO: 2006

LOCAL: Viçoso Jardim, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: totem

FIXAÇÃO: escorado no poste de sinalização pública

MATERIAL: Pintura em plástico; moldura e hastes em madeira.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN: logotipia, tipografia.

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: O desenvolvimento da tipologia, particularmente da letra “o” que fecha o título e, adicionada a seta, faz alusão direta à localização do lava-jato: ao redor do retorno (*roundabout*). O autor da placa aliou a tipologia a sinalização de fluxo, informando o tipo de serviço e a localização do serviço ao mesmo tempo.

Outra característica deste sistema: a utilização do poste da rua como suporte.

A melhor visualização é a que já está demarcada pelo sistema de sinalização oficial, das ruas. Por que não pegar uma carona?

As cores são praticamente as mesmas do McDonald’s, da Shell: isto seria puro acaso ou a percepção do criador, talvez instintivamente, tenha direcionado o projeto para esta combinação de cores, não por acaso, uma das melhores leituras à distância?



25. **TÍTULO: LAVA JATO / GARGANTA, SANTA ROSA**

ANO: 2006

LOCAL: Estrada da Garganta, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: totem

MATERIAL: Pintura em plástico; moldura e hastes em madeira.  
Peso de garrafa PET com água.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN: logotipia, tipografia.

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: O desenvolvimento da tipologia, particularmente da letra “o” que fecha o título. Segundo o criador, que tem somente 16 anos, o “O” repetido como se fosse uma onda interna, foi intencional, para “chamar a atenção”.

Outra característica deste sistema: a utilização de uma garrafa PET para funcionar como peso da estrutura e não deixar o totem cair devido ao vento formado pelos carros que passam correndo pela estrada.



26. **TITULO: LAVA JATO DO PAULINHO**

ANO: 2004

LOCAL: Icaraí, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: totens de fluxo, letreiro

FIXAÇÃO: na rua, em frente ao estabelecimento; do outro lado da rua; na parede do estabelecimento.

MATERIAL: Pintura em madeira, em lona, na parede.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN: logotíпия, tipografia.

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: A complexidade do sistema: estudo de fluxo, diversidade de itens para que o cliente possa, a partir de várias situações e ângulos, ver o serviço. Indicação de fluxo; utilização das cores em contrastes.



27. **TITULO: LAVA JATO GRAGOATÁ (em frente a AMPLA)**

ANO: 2006

LOCAL: Gragoatá, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: painel

FIXAÇÃO: escorado na sinalização pública, no canteiro da rua, (porem do outro lado da rua: local com visualização mais privilegiada pelos veículos)

MATERIAL: Pintura em chapa de ferro.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN: logotíпия, tipografia.

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: Indicação de fluxo e ilustração. A ilustração entre as palavras LAVA JATO parece ser proposital para separar as palavras e funciona como um logotipo. A ilustração de uma cabeça em cima do "O" é bastante curiosa, como se alguém estivesse inspecionando o serviço.... Outra característica deste sistema: a utilização do poste de sinalização pública como suporte.





28. **TÍTULO: LUTHIERIA**

ANO: 2006

LOCAL: Ititioca, Niterói.

AINDA EM USO: não

TIPO DE SUPORTE: letreiro pivotante, totem dupla-face

FIXAÇÃO: pendurado no toldo da loja e na calçada, no espaço de trânsito de pedestres.

MATERIAL: Pintura em MDF, Pintura em madeira.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN ESTRUTURAL: letreiro pivotante dupla-face, em formato de violão.

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA:

O letreiro pivotante, que motivou a escolha deste sistema para a pesquisa, foi idealizado e produzido pelo comerciante que usou materiais como MDF, desenroscador de pescaria e tinta de esmalte sintético. Quanto à escolha das cores: fundo preto e seta branca foi proposital pois, segundo o criador, se fosse o contrário, o fundo branco de dia ofuscaria demais os olhos do público e atrapalharia a leitura da seta. Indicação de fluxo e ilustração do comércio, a partir do formato do letreiro, em violão.

Quanto à posição das setas, ao girar o suporte o criador privilegiou quem está descendo (a rua é inclinada) pois quem sobe, o faz mais vagarosamente do que o motorista que desce. A descida portanto é mais rápida e deve ter o privilégio da leitura da seta. Há uma seta pintada em cada lado do violão; as setas apontam para o interior da loja sempre que o violão gira e você está posicionado na direção de quem desce a rua.



29. **TÍTULO: MECÂNICA / BADU**

ANO: 2004

LOCAL: Badu (Pendotiba), Niterói.

AINDA EM USO: não

TIPO DE SUPORTE: painel

FIXAÇÃO: em muro de terreno baldio, onde o texto também extrapolou o painel e foi escrito no muro.

MATERIAL: Pintura em chapa de ferro e em muro.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: Ilustração e o discurso informal do texto. A forma como o criador extrapola a "tela" e continua a escrever no muro é interessante como prova de que o discurso informal da conversa é espontâneo, como a conversa. Não é planejado, flui, como a escrita, que flui graficamente para ultrapassar o espaço do letreiro.



30. **TITULO: MECÂNICA TZIU**

ANO: 2004

LOCAL: Av. Rui Barbosa, São Francisco, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: totem em formato de boneco

FIXAÇÃO: escorado na sinalização pública, na calçada.

MATERIAL: Pintura em sucata automotiva.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual.

DESIGN: logotipia

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: O logotipo, com tipografia criada pelo comerciante.

Discurso informal (através da postura do boneco).



31. **TITULO: PÃO COM LINGUIÇA**

ANO: 2004

LOCAL: Estrada para Friburgo, RJ. Perto de Cachoeiro de Macacu.

AINDA EM USO: desconhece-se

TIPO DE SUPORTE: totens

FIXAÇÃO: escorado na sinalização pública, na calçada.

MATERIAL: Pintura em chapa de ferro; hastes de madeira.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual.

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: Indicação não-usual de localização. *Teaser* na sinalização. As placas estão fixadas na beira da estrada alguns quilômetros antes do estabelecimento. Mas a linguagem não é usual: as mensagens funcionam como *teasers*, como uma conversa chamando a atenção de quem passa para a fome, para o pão com lingüiça....



32. **TITULO: QUITANDA "PAGUE POUCO, ANDE MENOS"**

ANO: 2005

LOCAL: Icarai, Niterói.

AINDA EM USO: não

TIPO DE SUPORTE: cartaz

FIXAÇÃO: escorado na sinalização pública, na calçada.

MATERIAL: Escrita à PILOT em papelão.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual.

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: O conteúdo da informação; o discurso informal da frase "PAGUE POUCO, ANDE MENOS". A cinco quadras de distancia, um HORTI-FRUTI, enorme e xodó de todas as donas de casa do bairro, devido à diversidade de produtos e exposição, limpeza, etc. Esta quitanda, resiste, solitária, à atração de se comprar na "quitanda de luxo", com um discurso bastante criativo e honesto. O alvo são as donas-de-casa do quarteirão, que não precisam se deslocar tanto para conseguir verduras com preço parecido ou menor. A quitanda (literalmente!) da esquina, luta, através da criatividade (e bom-humor) contra a corporação HORTIFRUTI, com filiais espalhadas por todo o Rio de Janeiro.





**33. TÍTULO: SACOLÉ DA FRUTA**

ANO: 2005

LOCAL: Rua do Rosário, Centro, Rio de Janeiro.

AINDA EM USO: não

TIPO DE SUPORTE: letreiro

MATERIAL: Escrita com tinta de caneta esferográfica em superfície de isopor.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

DESIGN: atenção para o formato estrutural e para a diagramação.

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: O formato redondo do letreiro como a moeda de R\$ 0,50 faz alusão formal direta ao valor do produto. O material, por sua vez, remete diretamente ao transporte e manutenção do produto: dentro de caixas de isopor. Esta qualidade de antecipação do valor (pelo formato de moeda) e do conteúdo (através do material; isopor) do letreiro em relação ao produto em si é muito inteligente e perspicaz.



**34. TÍTULO: ESTACIONAMENTO da RUA SÃO JOÃO**

ANO: 2005

LOCAL: Rua São João, Centro, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: painel, cartaz

MATERIAL: placa de madeira, tinta, chapa de ferro

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

DESIGN: tipografia em LOTADO

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: Tipografia no cartaz, onde lê-se LOTADO; as letras foram desenhadas com as formas inchadas, como se o fato de não haver vagas disponíveis fosse refletido na característica mais inchada das letras.



**35. TÍTULO: RELOJOEIRO**

ANO: 2006

LOCAL: Maria Paula, Pendotiba, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: letreiros

MATERIAL: placa de madeira, tinta, chapa de ferro

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

DESIGN: tipografia, diagramação

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: Tratamento da tipografia; diagramação do texto. A sílaba "JO" foi diagramada isolada do restante da palavra para chamar a atenção: o J tem o formato de um ponteiro de relógio e o fato da sílaba JO estar isolada das outras remete à um relógio analógico, com o ponteiro no centro de uma área de reserva (margem). Este recurso é utilizado em ambos os letreiros: de pé e o convencional.

O criador também relatou que economizou por volta de R\$ 100,00 com as placas pois um *letrista* havia cobrado este valor para fazer o trabalho. Ele então, com poucos recursos econômicos, resolveu fazer sozinho.

Outra característica deste sistema: a utilização do poste da rua como suporte para o sistema.



**36. TÍTULO: RESTAURANTE CHIQUE BARATINHO**

ANO: 2003

LOCAL: Rio Bonito de Lumiar, Muri, RJ

AINDA EM USO: desconhece-se

TIPO DE SUPORTE: letreiro

MATERIAL: Pintura com tinta em suporte de madeira e compensado; na verdade, um quadro negro para crianças.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: O nome do estabelecimento: este pequenino lugarejo próximo à Lumiar recebeu luz elétrica há pouco mais de 3 anos. Os poucos habitantes são bem humildes, sem recursos: mas todos querem experimentar momentos de lazer que os façam sentir mais especiais.... O nome então reflete isso: Chique: como todos querem ser; Baratinho: como todos podem pagar.

O suporte também demonstra criatividade ao subverter o uso de um brinquedo infantil, o quadro negro, e usar como letreiro, com a informação textual pintada. Outra característica deste sistema: a utilização do poste da iluminação da rua como suporte.



**37. TÍTULO: CICLE DO ELIAS / RODA DUCHAMP**

ANO: 2004

LOCAL: Rua Tiradentes, Ingá, Niterói.

AINDA EM USO: não

TIPO DE SUPORTE: totem

MATERIAL: Cone de trânsito. Aro de bicicleta, tinta, arame.

CONTEUDO INFORMATIVO: pictórico (através do objeto)

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: Indicação do estabelecimento; reserva do espaço em frente à loja.

A roda do Elias, dono do cicle da Rua Tiradentes, é uma solução autenticamente pós-moderna, e que revive, sem intenção alguma, um ícone da arte DADA, da Europa dos anos 20.

O totem funciona, sem palavras, para indicar onde é o cicle, reserva a vaga em frente à loja, para que os clientes e suas bicicletas possam entrar e sair com conforto. Ainda é retirado no final do expediente, pois a loja não tem alvará para letreiro e, desta forma, o comerciante não se arrisca a levar uma multa da prefeitura.



**38. TÍTULO: SACOLÃO DO CENTRO**

ANO: 2005

LOCAL: Centro, Niterói.

AINDA EM USO: não

TIPO DE SUPORTE: letreiro

MATERIAL: Pintura em parede.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA:

Apropriação de discurso da Bíblia, igreja, cultos.... Fala diretamente com o público crente, e sem recursos econômicos para comprar carnes....





39. **TITULO: SALÃO DA KLEYA**

ANO: 2004

LOCAL: Cantagalo, Pendotiba, Niterói.

AINDA EM USO: não

TIPO DE SUPORTE: letreiro, placa de fluxo

MATERIAL: Pintura em madeira.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN: ilustração

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA:

Ilustração, que são dedos que apontam para o texto. Também tem uma mulher, de perfil, com os cabelos esvoaçantes.

Quanto ao conteúdo do discurso: informal, na última frase, (e outros serviços abaixo do preço da praça, como se fosse um bate-papo com as clientes).



40. **TITULO: SALÃO DE BARBEIROS**

ANO: 2004

LOCAL: Cantagalo, Pendotiba, Niterói.

AINDA EM USO: não

TIPO DE SUPORTE: totem dupla-face

MATERIAL: Pintura em madeira, hastes em madeira.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN: tipografia, cores.

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: Tratamento tipográfico e as cores. O discurso também é interessante, pois os criadores mencionam que o estabelecimento é dirigido por Alex e Ailton. Isso é raro num sistema profissional. Esse recurso reforça a ideia de que o discurso informal é utilizado muito mais livremente neste tipo de sinalização. Mencionar o primeiro nome dos diretores reforça o bate-papo, a conversa do dia-a-dia, no comércio da vizinhança onde todos se conhecem.



41. **TITULO: SILK SCREEN**

ANO: 2005

LOCAL: Rua Nilo Peçanha, Ingá, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: letreiro

MATERIAL: Pintura em chapa de alumínio, arame.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN: ilustração na criação da tipografia

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: a utilização do portão de trás do prédio do mestrado (PPGCA) como suporte! Este portão não é utilizado para entrada e saída de pessoas, fica sempre fechado.

A criação da tipografia, onde a letra i é um lápis, também transforma o texto SILK-SCREEN em um logotipo, com as particularidades que este tem na grafia do nome.



42. **TITULO: COMA + PEIXE**

ANO: 2005

LOCAL: (na hora da foto) Av. Rui Barbosa, São Francisco, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: carrinho de carga, puxado por veículo.

MATERIAL: Pintura em estrutura de fibra.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN: ilustração na criação da tipografia

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: Discurso informal, tom de conversa com o cliente, através de frases como “peixe é vida, peixe é saúde” ou “coma + peixe”. Outro aspecto interessante é o sinal de + usado no meio da frase. Esta mistura de símbolos matemáticos com o texto, sugere uma modernidade, uma jovialidade, saúde, vida!

E a ilustração do peixe também chama a atenção pois este não é qualquer peixe. É um marlin azul, peixe mais raro pois deve ser pescado em alto mar. A ilustração portanto também indica o perfil do consumidor que este comerciante pretende se comunicar: alguém que possa pagar um pouco mais pelo serviço de venda à domicílio, com oferta de peixes mais selecionados.



43. **TITULO: VENDE-SE: UM TERRENO, UMA CASA, UMA GELADEIRA, UMA LOJA, ESSAS TELHAS.....**

ANO: 2004 a 2006

LOCAL: vários.

AINDA EM USO: desconhece-se

TIPO DE SUPORTE: placas

FIXAÇÃO: em postes de iluminação pública, ou próximos aos que está sendo vendido...

MATERIAL: Pintura em madeira, chapa de ferro, etc.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: O aspecto efêmero de anúncio de classificados. Tanto no tempo de exposição quanto na estrutura das placas.

O discurso informal ou a utilização da 1ª pessoa, indica uma total proximidade do vendedor com o cliente e é interessante (“vende-se uma casa bem ali”; “vendo uma geladeira”, etc.)

A utilização dos postes de rua para exposição do “anúncio” também são aspectos interessantes, de apropriação do público para anunciar o que é privado.





**44. TÍTULO: SACO 1,00**

ANO: 2006

LOCAL: Rua Lemos Cunha, Icarai, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: cartaz

FIXAÇÃO: pendurado no pescoço do comerciante

MATERIAL: Pintura em plástico, barbante/corda.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: Criatividade no suporte.

Atenção para o design estrutural da peça, que é adaptada para que fique pendurada no pescoço do vendedor com comprimento suficiente para que o caimento seja adequado à boa visualização. Também existe uma estrutura (como se fosse uma canaleta interna) para manter o cartaz sempre aberto e não atrapalhar a leitura por parte do público.



**45. TÍTULO: SEJA BEM-VINDO AO MEU BAR**

ANO: 2004

LOCAL: Estrada da Garganta, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: letreiro

MATERIAL: Pintura em madeira.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

DESIGN: tipografia

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA:

Tratamento da tipografia; discurso informal no convite para



**46. TÍTULO: FÁBRICA DE CADEIRAS**

ANO: 2005

LOCAL: Estrada da Cachoeira, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: cartaz

MATERIAL: Pintura em madeira

FIXAÇÃO: em cadeira, pendurada em parede de pedra, do lado oposto da rua.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN: inserção do texto dentro do símbolo (seta), que funciona em conjunto com o suporte, que é uma cadeira, ou seja, o objeto vendido na loja.

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: Ousadia pelo posicionamento dos móveis presos na parede de pedra do outro lado da rua. As cadeiras funcionam como parte do letreiro, que trabalha em conjunto com o cartaz onde lê-se: "fábrica" dentro de uma seta. Este novo signo passa a sinalizar o fluxo para o comércio, com leitura perfeita, rápida, eficiente de que trata-se de uma fábrica de cadeiras/móveis.





**47. TITULO: FRETE LOPES TROVAO**

ANO: 2006

LOCAL: Rua Lopes Trovão, Icarai, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: letreiro

FIXAÇÃO: fixada (com pregos) em tronco de árvore publica.

MATERIAL: MDF, tinta.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

DESIGN: diagramação do conteúdo informativo

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: Este letreiro é interessante pois possui uma diagramação não usual, vertical. Acredito que o resultado funcional do design tenha sido atingido por observação do comerciante do serviço de frete, que, tem o ponto final bem ali, ao lado da árvore. Ele observou, refletiu e projetou o letreiro que proporciona uma excelente visualização para o negócio, não atrapalha o fluxo de pedestres da calçada e está posicionado ao lado de sua Kombi a frete. O material, MDF com espessura fina, se molda ao formato do caule da árvore. O efeito final é um movimento perfeito, como se a árvore tivesse sido planejada como base do letreiro (e foi, de certa forma!). O fato de usar a arborização publica como suporte do sistema também é uma forma de desvio, de utilizar o publico para ganho privado. Forma de resistência do homem ordinário (Certeau).



**48. TITULO: COCO GELADO/CAMINHÃO**

ANO: 2006

LOCAL: Rua Lopes Trovão, Icarai, Niterói.

AINDA EM USO: sim

TIPO DE SUPORTE: letreiros, totem (indicados pelas setas amarelas, inseridas posteriormente, na fotografia ao lado)

FIXAÇÃO: letreiros escorados no próprio caminhão da venda, e totem localizado na calçada.

MATERIAL: madeira, tinta, cone de sinalização publica de transito, coco.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN: criação de novo signo, o totem, sem utilização de texto mas com o objeto "coco"

QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA: O sistema de sinalização da venda de cocos é complexo ao ponto de sinalizar para os pedestres e veículos em vindos de direções convergentes. Para isso o caminhão do comerciante está parado não por acaso, numa esquina. A sinalização na calçada, além do letreiro, é reforçada por um totem, onde a base é um cone de sinalização de transito e um coco é posicionado no topo. Como o sistema criado pelo comerciante do cicle (VER SISTEMA 37), este criador inventa um novo signo, que, sem necessidade de texto, comunica perfeitamente e de forma rápida e sucinta, a venda de cocos. O fato de usar a sinalização publica como suporte do sistema também é uma forma de desvio, de utilizar o publico para ganho privado.





49. **TITULO: CARNE NA PEDRA**

ANO: 2006

LOCAL: Estrada entre Itacaré e Ilhéus, BA.

AINDA EM USO: desconhece-se

TIPO DE SUPORTE: totens

FIXAÇÃO: em ambos os lados da estrada, com o conteúdo textual dividido entre três totens distintos

MATERIAL: tábuas de madeira, tinta, hastes de madeira.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual

DESIGN: tipografia, diagramação

**QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA:** Este sistema é ousado pela forma como foi diagramado no entorno. Não se trata de totens com a mesma informação, cobrindo áreas de visão diferentes, mas sim três totens que trazem a informação textual dividida entre eles, como se fosse uma poesia concreta, onde o espaço físico é utilizado na construção da mensagem, onde o espaço, o vazio, o não-dito, faz parte da mensagem (VER SISTEMA 14). Esta divisão proporciona movimento, indica uma direção: a entrada do restaurante.

O tratamento da tipografia, com as hastes centrais das letras A e E desenhados com ângulos diferentes também suscita uma percepção de movimento.



50. **TITULO: MOTO CLUBE**

ANO: 2006

LOCAL: Estrada da Cachoeira, Niterói.

AINDA EM USO: não

TIPO DE SUPORTE: letreiro

FIXAÇÃO: na fachada da loja

MATERIAL: placa de madeira, sucata de motocicleta.

CONTEUDO INFORMATIVO: textual e pictórico

DESIGN: logotipia, tipografia

**QUALIDADES/MOTIVO DA ESCOLHA:** No letreiro do Moto Clube pode-se dizer que houve a criação de um logotipo. O tratamento tipográfico, com material de sucata formando as letras e o símbolo, inserido entre a palavra MOTO e a palavra CLUBE, caracterizam particularidades na escrita de "MOTO CLUBE" que um logotipo deve ter. O símbolo, que semanticamente, aglutina as duas palavras, também proporciona leituras de significados dentro do universo das motocicletas: rodas, velocidade, girar, motor, etc., que, rapidamente, localizam o receptor e o insere na temática proposta pelo local, que é um ponto de encontro de aficionados por motos.



## CAPÍTULO III: ARTICULAÇÕES TEÓRICAS e ANÁLISES DE CASOS

### 3.1 - As artes de fazer e o cotidiano

Neste capítulo dialogaremos com vários exemplos de sistemas de sinalização informal, que também convidarão ao diálogo, devido a algumas características particulares - alguns autores, suas teorias ou movimentos artísticos.

A maneira como esta reflexão foi conduzida baseou-se na observação de aspectos de alguma forma próximos ou parecidos, presentes nos exemplos escolhidos. Não existia uma regra fixa na inserção dos exemplos, nenhuma ordem baseada em outro aspecto que não o da proximidade das características dos sistemas com o assunto abordado por determinado autor. Sendo assim, um aspecto levou a outro e, a reflexão engloba alguns dos casos apresentados separadamente no capítulo anterior. Acreditamos que neste capítulo, através dos diálogos entre sistemas e entre autores, as análises suscitem ainda novos significados, não latentes na apresentação categorizada do capítulo anterior.

O centro da reflexão teórica será o trabalho desenvolvido pelo sociólogo francês Michel de Certeau em *A Invenção do Cotidiano*, onde elaborou, através de pesquisas de campo, a teoria das “artes de fazer”. Acreditamos que todos os exemplos, em graus maiores ou menores, apresentem alguma característica de “desvio”, de resistência, ao que nos é imposto pelo sistema capitalista, pela vida em sociedade de mercado. E foi Certeau, ao elaborar as “artes de fazer” quem valorizou, com respeito, dignidade, humildade, essas formas de resistência simples e criativas, cheias de vida, do homem ordinário. A teoria de Certeau costura os exemplos desta pesquisa; está viva neles pois todos os sistemas escolhidos estavam na rua, espaço clássico da resistência ao que nos é imposto, espaço onde o homem ordinário vai a luta, se mostra, corre riscos, e, acima de tudo, criativamente, ganha a vida.

Para Michel de Certeau, na teoria das “artes de fazer” o homem ordinário (e consumidor) - e em nosso estudo, o comerciante informal - tem uma maneira própria de defesa às dificuldades do capitalismo que vivenciamos hoje. Segundo o autor, devemos valorizar a criatividade do consumidor ao invés de especular sobre sua suposta passividade, qualidade esta na qual ele é comumente inserido. Para Certeau a criatividade das pessoas ordinárias se

mostra de uma forma não-objetiva, sutil, sem, em nenhum momento, deixar de ser eficaz. A teoria das “artes de fazer” baseia-se, pois, nas práticas do cotidiano, extraindo de seus ruídos formas de resistência e, também, de inserção no desenvolvimento da produção cultural e econômica das sociedades atuais. Vislumbra-se uma “possibilidade de futuro” para o consumidor, possibilidade esta que carrega, junto de si, criatividade, astúcia e inteligência. Estas pessoas inventam seu fazer, exprimem uma maneira própria de conviver com a imposição cultural e social dos meios de comunicação de massa e com a imposição econômica dos produtos e serviços eleitos pela sociedade do espetáculo e consumo. Como ele próprio definiu seu trabalho em *A Invenção do Cotidiano*:

“Meu trabalho não visa diretamente à constituição de uma semiótica. Consiste em sugerir algumas maneiras de pensar as práticas cotidianas dos consumidores, supondo, no ponto de partida, que são do tipo tático. Habitar, circular, falar, ler, ir às compras ou cozinhar, todas essas atividades parecem corresponder às características das astúcias e das surpresas táticas: gestos hábeis do “fraco” na ordem estabelecida pelo “forte”, arte de dar golpes do campo do outro, astúcia de caçadores, mobilidades nas manobras, operações polimórficas, achados alegres, poéticos e bélicos. (CERTEAU, p. 103)

Podemos traçar um breve paralelo da teoria das artes de fazer, do Certeau, com o pensamento da filósofa húngara Agnes Heller, que ilustra a relevância da presença do Homem na vida cotidiana em *O Cotidiano e a História*, onde afirmou que “circunstância e Homem não são entidades separadas”. Para ela, o homem comum, ao viver seu cotidiano - e não somente nos momentos históricos - está construindo a História. É na cotidianidade que a História, substância da sociedade, acontece. Segundo a autora:

“A vida cotidiana está no centro do acontecer histórico (...). A vida cotidiana é a vida do Homem inteiro, ele participa dela com todos os aspectos de sua individualidade, de sua personalidade. (...) Colocam-se em funcionamento todos os seus sentidos, suas capacidades intelectuais, suas habilidades manipulativas, seus

sentimentos, paixões, idéias, ideologias. (...) O Homem da cotidianidade é atuante e fruidor, ativo e receptivo.” (HELLER, p. 18)

A valorização da presença e dos atos deste Homem ordinário, comum, na cotidianidade ilustrada por Certeau e Heller em suas obras, justifica o olhar curioso e a análise proposta nesta pesquisa. A sinalização informal está nas ruas, o Homem ordinário, que exerce sua cotidianidade, comunica-se. Fala, mostra, se mostra, comunica seu comércio. Foi desta cotidianidade de onde elegemos os sistemas que contam, simplesmente, uma parte da História da sinalização informal nos dias de hoje.

Ainda Heller:

“A condução da vida supõe, para cada um, uma vida própria, embora mantendo-se a estrutura da cotidianidade, cada qual deverá apropriar-se a seu modo da realidade e impor a ela a marca da sua personalidade.” (HELLER, p. 40)

O intuito da utilização da base teórica de Michel de Certeau, que pensou o Homem ordinário como fruidor de atos criativos e de resistência no cotidiano, é que possamos, com humildade e a noção do tempo curto que durou esta pesquisa, alargar a proposição do “desvio”, tática do Homem comum, para a esfera da comunicação visual, mais precisamente, da sinalização informal.

### **3.2 - As artes de fazer na condição pós-moderna**

Faço aqui uma breve contextualização do momento histórico-social, para melhor compreendermos a inserção da teoria do Certeau neste trabalho. Vivemos hoje numa sociedade de tempos pós-modernos e total especularização de imagens, bens de consumo, conteúdo dos meios de comunicação, etc. Uma comunidade mundial onde a comunicação de massa tem alcance quase totalizado no globo terrestre. O tempo e o espaço, como dimensões materializadas e tangíveis, praticamente desapareceram. Vivemos a compressão do tempo-espaço, a aceleração no giro do capital, em que bens de consumo duráveis são substituídos por bens de serviços, mais adaptáveis à demanda pelo instantâneo, pelo descartável. Tempos de manipulação de desejos e gostos mediante imagens inventadas.

Tempos de inversão de valores, onde a imagem produzida se instaura como o valor máximo da sociedade pós-moderna, onde a realidade convive com o simulacro, a ponto de não serem mais diferenciados ou separados. Valores são adquiridos de forma instantânea e imagens são construídas e também destruídas da noite para o dia. É o mercado de construção de imagens, vital na concorrência das empresas. (HARVEY, 1996, passim 257).

Mas o comerciante informal não está passivo diante de tudo isso. Penso que ele tenta fazer parte desse mercado global, articulando e apropriando-se de informações recebidas e também inventando novas formas de participação. Aqui é o ponto onde, ao invés de sentir-se massificado, passivo, sem voz, o homem ordinário, este comerciante que produz suas placas e letreiros, insere-se, das formas mais criativas e prosaicas, na economia, fazendo parte deste mesmo capitalismo, que tenta engoli-lo, fazendo parte desta sociedade de consumo instantâneo e descartável.

Adaptamos as idéias de Certeau para a pesquisa ao reconhecermos a criatividade não na esfera do consumo, mas sim na esfera da produção de sinalização. As teorias das “artes de fazer” em nossa pesquisa caracterizam o “desvio” do fazer anônimo e informal dos sistemas de sinalização profissionais. Certeau propunha uma investigação através da vida comum, onde se narra sobre práticas comuns, porém com maneiras de caminhar criativas e inusitadas, que formam uma contrapartida ao que é imposto pelo sistema.

O exemplo que podemos analisar é de uma criação informal adaptada ao letreiro institucional de uma marca de cervejaria em um bar. O letreiro em questão foi cedido por uma companhia fornecedora de cerveja e expõe o logotipo da cervejaria. A presença deste letreiro indica a venda daquela marca de cerveja naquele estabelecimento. O dono do bar, por sua vez, utilizou-se da estrutura deste letreiro como base para um letreiro “de apoio”, digamos assim, onde podemos ler o texto: “A PRECIOSA DAS BATIDAS”. O “desvio” da prática deste criador foi informar a venda de um produto que é concorrente do produto do fornecedor do letreiro e ainda por cima, utilizar-se do mesmo suporte para tal. O comerciante concorre com a cervejaria, que cede o letreiro mas que também usa o estabelecimento para institucionalizar sua marca. Ele, por sua vez, usou o letreiro em benefício do bar em duas instâncias, a saber: uma onde atrai os consumidores de cerveja, expondo o letreiro com o logotipo da cervejaria (mas que pode atrair consumidores de



qualquer outra marca de cerveja); outra, quanto utiliza o letreiro como suporte para outro letreiro, criado por ele próprio e que anuncia a venda de outro tipo de bebida alcoólica. Este letreiro de apoio, pode vir a ser concorrência, em termos de informação e prospecção de consumidores, para o letreiro principal com o logotipo da cervejaria.



Fig. 15: Letreiro de bar em Niterói, RJ.

Outro exemplo para ilustrar sistema de sinalização informal, com forte indício de “desvio” é a placa que comunica o serviço de silk. Sua maior qualidade é, justamente, como utiliza-se do “poder”, neste caso, curiosamente, personificado pela UFF (Universidade Federal Fluminense), através do prédio do curso do mestrado de comunicação. O comerciante criou a placa e pendurou-a no portão da casa onde está sediado o curso. É um portão que não é utilizado, fica sempre fechado, mas, por outro lado, está na rua, ao alcance visual de todos os transeuntes do bairro (Ingá, Niterói) e, por que não utilizá-lo?



Fig. 16: Placas do serviço de silk screen e pedreiro. Ingá, Niterói, RJ.

Logo abaixo, apoiada no chão, vê-se uma outra placa, anunciando serviços de pintura, pedreiro, eletricista, etc. Este comerciante informal, utiliza-se do mesmo portão, beneficia-se portanto da possibilidade de utilizar um espaço legalmente restrito a qualquer comunicação que não seja previamente aprovada pela instituição, e que tem localização exemplar na rua. Ele vai além, inclusive, e usa o ponto de venda, legalizado, do jornaleiro, como ponto de informações aos interessados em seus serviços.

Se retornarmos a análise à placa do “silk screen”, na figura mais aproximada abaixo, poderemos notar a necessidade de ilustrar a informação com recursos iconográficos, que reforçam a comunicação e que trataremos com maior profundidade a seguir. O comerciante, habilmente, cria uma tipografia particular, que representa com o desenho de um lápis a letra ‘i’ (na palavra “silk” e na palavra “estamparia”). Trataremos deste aspecto da “necessidade



da arte”, presente em quase todos os exemplos escolhidos para esta pesquisa, para ilustrarmos também como a estética dos sistemas de sinalização informal, através da intervenção gráfica de desenhos e ilustrações, pode alargar a percepção da mensagem. Mais interessante é como estes comerciantes informais utilizam-se de recursos gráficos intuitivamente, ou, apropriando-se de forma criativa e perspicaz.



Fig. 17: Placa do serviço de silk screen; tipografia particular do criador. Ingá, Niterói, RJ.

No próximo sistema, comentaremos outra tática de “desvio”, que é marcado pela venda não legalizada, portanto, onde não se paga impostos, nos sinais de trânsito. Este sistema foi escolhido devido à perfeita combinação de astúcia, concisão informativa e funcionalidade que permitem a rapidez necessária para que a venda ocorra, para que o comércio dê certo: lembremos que o tempo da informação, da percepção por parte do público e da venda



comprime-se no fechar e abrir de um sinal de trânsito. Portanto, além de vender informalmente, este comerciante consegue sinalizar o produto de forma que não precise falar nada, caso não queira ou caso não possa ser escutado pelo público usuário de carros com ar-condicionado, etc. O valor e a descrição do produto estão escritos no cartaz. E, estruturalmente, é um exemplo interessante pois possibilita que suas mãos fiquem livres para exibirem o produto.



Fig. 18: Cartaz de

venda de sacos de chão e o criador. Icaraí, Niterói, RJ.

Uma curiosidade em relação à este sistema: na ocasião da fotografia, pude conversar brevemente com o comerciante, que ficou com receio de ser fotografado e prejudicado, caso a imagem viesse a ser utilizada para ilustrar alguma reportagem. Ele relatou que houvera, recentemente, uma reportagem na “Globo” sobre os “bolinhas”, que são os meninos (geralmente) que ficam fazendo “shows” com bolinhas de tênis nos sinais, em troca de esmolas. Segundo ele, os moradores do prédio, localizado em frente ao sinal, não gostam que estes meninos fiquem por ali, e a reportagem, por consequência, havia prejudicado seu trabalho também. Podemos sentir que existe uma hierarquia: os ambulantes talvez se sintam mais úteis para quem pára no sinal do que os “bolinhas”, que não vendem produtos mas seus “shows”. É como se o fato de vender algo útil, que é consumido pelo

publico, os coloquem num patamar de validez, de pertinência maior àquele espaço. Como se o produto legitimasse sua presença de comerciante ali.

Estes comerciantes, portanto, inventam seu fazer, exprimem uma maneira própria de conviver com as dificuldades da imposição econômica dos produtos e serviços eleitos pela sociedade do espetáculo e consumo e inserem suas criações de forma inusitada nos mesmos espaços. Eles criam táticas de defesa, de desvio, de certa resistência ao poder imposto e, com enorme astúcia, circulam, vendem, se mostram ao mercado.

### **3.3 - A necessidade da arte: magia, sentido e sinalização informal**

Ferdinand de Saussure previu que a Lingüística – Ciência que estudou como os homens dão sentido aos sons articulados – seria somente parte de uma outra ciência, mais abrangente e mais geral, cujo objeto de estudo são os signos, e que ele chamou de Semiologia. Esta explica como os homens dão sentido às coisas, aos objetos, que não são sons. Seria interessante observar que tudo que significa no mundo está sempre, de alguma forma, misturado com linguagem. Ela sempre intervém e é por isso que não é correto dizer que estamos exclusivamente na civilização da imagem. (BARTHES, 1964)

Segundo os estudos semiológicos de Roland Barthes, podemos definir o objeto como “alguma coisa que serve para alguma coisa”. O objeto tem, à primeira vista, uma finalidade de uso, uma função. Mas existe uma outra leitura possível para o mesmo objeto. Além de sua utilidade ele também veicula sentido. Outra citação do semiólogo, poderá ilustrar perfeitamente o caráter múltiplo na inferência de significados de um determinado signo:

“O objeto serve efetivamente para alguma coisa, mas serve também para comunicar informações. Sempre há um sentido que transborda do uso do objeto.” (BARTHES, p. 157)

Introduzindo o tema da sinalização proposto neste estudo na teoria de Barthes, poderemos concluir que os objetos de um projeto de sinalização – placas, letreiros, totens, etc, também possuem função e sentido. A função primária é informar. O sentido é mais subjetivo e poderá variar de acordo com o background informativo do receptor, mas estará certamente

presente. Tomemos como exemplo uma placa de fluxo de “SAÍDA” no estacionamento de um shopping center. A função desta placa é informar em que direção está localizada a saída. A mesma placa, observada agora em relação aos sentidos que poderá suscitar, dará margem a outras interpretações. O fato da placa ser confeccionada com detalhes em aço escovado, acompanhando os detalhes do projeto arquitetônico do shopping, pode suscitar no receptor o sentido de que houve uma preocupação por parte da administração do estabelecimento em aliar os projetos arquitetônico e de sinalização. Junto ao fato do aço ser um material mais nobre e caro, novamente o receptor poderá ter o sentido de que se trata de um empreendimento comercial com frequência mais elitizada, acostumada a soluções visuais arrojadas, bem cuidadas. Uma placa, portanto, não é apenas uma placa. Ela tem sua função primária e certamente transmite sentido, de uma forma mais subjetiva.

Quando um escritório de design é contratado para elaborar um projeto de sinalização ambiental para determinado empreendimento, haverá a preocupação não somente com a função dos itens criados, mas também com o sentido que eles poderão ou deverão provocar no público a que se destina. O curioso é que na sinalização, que denomino aqui como “informal”, este mesmo processo acontece. Como?

Podemos observar que exemplos de sinalização informal, criada por comerciantes provenientes de uma camada menos favorecida da sociedade, que não tiveram educação formal, com pouco acesso à cultura ou que talvez nem tenham frequentado a escola, também provocam sentido em seu público. Existe nesta sinalização uma preocupação, talvez inconsciente, de provocar sentido. Ao criarem um letreiro para seu estabelecimento, ou ao colocarem uma placa na beira de uma estrada, estes “designers informais” provocam, muitas vezes de forma engraçada, inusitada ou até errada (mas não entrarei no mérito de certo e errado, pois um dos objetivos da pesquisa é observar a criatividade, sem julgar erros e acertos baseados na educação acadêmica formal). O sentido é provocado e diria que ele é o que resulta da percepção do visual, do estético junto com a percepção da mensagem (escrita ou pictórica). É nesta união da mensagem com a forma estética, onde o criador tem o poder de suscitar sensações no seu público, que encontramos a arte. Ela é necessária pois não é possível criar uma placa só com sua função primária. O sentido está inerente ao objeto placa. Por mais simples que esta seja. E o fato do comerciante fazer arte ao criar seu letreiro é inerente ao homem. Da sua necessidade de ser aceito pelo grupo, pelo todo. De

que seu estabelecimento tenha uma “cara” como os outros. Os comerciantes que lançam mão da sinalização informal aplicam estes conceitos em seus projetos, seja através da observação de projetos já estabelecidos no mercado, seja de forma inconsciente, mas o fato é que existe uma criação. Existe arte ali.

Ernst Fischer, autor do livro *A Necessidade da Arte*, afirma:

“A arte é necessária para que o homem se torne capaz de conhecer e mudar o mundo mas também em virtude da magia que lhe é inerente”. (FISCHER, p. 49)

Ao relatar o nascimento da arte ela dá toda importância ao fato de o ser humano possuir mãos. Foi por causa das mãos que o homem pôde pegar, analisar, observar os objetos da natureza e começar a modificá-los para que atendessem melhor às suas necessidades. Os animais irracionais são passivos em relação à natureza. O homem não. Ele começa a desenvolver seu pensamento e passa a corrigir a natureza. Reconhece o formato favorável de uma pedra para ser uma ferramenta de trabalho e depois descobre que pode modificar esta pedra. A pedra passa a ter um propósito. Ao fabricar um segundo objeto semelhante ao primeiro, o homem adquiriu poder sobre os objetos. Ele domina a natureza e passa a ter uma relação ativa em relação a ela.

“O ser que trabalha se eleva pelo trabalho a um ser que pensa. Por seu trabalho o homem transforma o mundo como um mágico. A pedra que vira um machado, que é transformado em signo, nome, conceito. O próprio homem é transformado de animal em homem. A mágica de fazer instrumentos levou-o inevitavelmente à tentativa de estender a magia ao infinito.” (FISCHER, p. 56)

Posso traçar aqui um paralelo deste homem primitivo, ousando, pensando, descobrindo o instrumento de trabalho com o comerciante informal moderno, do Brasil atual, que também ousa se exprimir através da sinalização de seu comércio. Ele pensa, faz associações, observa, cria. Quando um mecânico com seu comércio de beira de estrada faz uma placa para identificar o estabelecimento e utiliza um capô de carro como o suporte para o texto, ele está criando, fazendo arte. Mudou o significado da função do objeto. O capô vira uma



placa. Atribuiu novo sentido a ele (voltamos a Barthes). Está exatamente exercendo seu instinto de criar, de modificar a “natureza” a seu favor. De não ser passivo e sim ativo. Homem. Ser pensante.

Combinando as teorias de Barthes e de Fischer: poderíamos dizer que quando Barthes fala de sentido, este é o equivalente à magia na arte para Fischer. Ambos os conceitos giram em torno do subjetivo, tanto do criador quanto do receptor (o público). A criação, a arte presente numa placa de sinalização é o que está além da informação primária e que vai provocar sentido, magia.

Outro ponto interessante no desenvolvimento das origens da arte, como escreveu Fischer, é a tendência do homem à organização, ao ritmo.

“O movimento rítmico apóia o trabalho, coordena o esforço e liga o indivíduo ao grupo, ao social. Toda perturbação de ritmo é desagradável porque interfere no processo da vida e do trabalho, com o que encontramos o ritmo assimilado nas artes como repetição de uma constância, como proporção e simetria.” (FISCHER, p. 45)

A mesma necessidade de ritmo, de não perturbar a cadência natural, de coordenar o esforço, se dá num projeto de sinalização. Ao iniciarmos um projeto, os estudos de fluxo são exatamente esta preocupação com a cadência, com o ritmo, com o fluxo mais fácil. Temos que antecipar reações do público. Hierarquizar informações. A próxima etapa será a criação propriamente dita de placas, totens, letreiros. Nesta etapa nos preocuparemos com a linguagem: está adequada ao público usuário do espaço? Nos preocuparemos também com a tipografia, formato, cores, materiais, de suporte, localização. Todos estes componentes transmitem mensagens, trabalham em conjunto para o ritmo, para o fluxo acontecer. O curioso, voltando agora ao objeto da tese, é que o comerciante informal muitas vezes aplica todos estes recursos em seus projetos de sinalização sem ter tido uma educação formal para isto. Ele observou, tirou conclusões, ousou.

Podemos ilustrar este aspecto do cuidado, por parte do comerciante, com o viés estético e artístico nos sistemas de sinalização informal que cria para seu comércio, com mais alguns

exemplos escolhidos para a pesquisa. O sistema de sinalização de venda de aipim, localizado na beira de uma estrada de acesso à região oceânica de Niterói, ressalta como a boa utilização de recursos estéticos pode levar a otimização de recursos funcionais.



Fig. 19: Placa de venda de aipim. Niterói, RJ.

Na placa de venda de aipim o comerciante poderia ter utilizado a placa como suporte para a informação escrita de maneira mais usual, de forma que esta fosse diagramada horizontalmente, e se desse da esquerda para a direita, como lemos e escrevemos na escrita adotada no mundo ocidental. O que obtivemos, em contrapartida, foi a diagramação que acompanhou a verticalização da placa, supostamente para proporcionar maior visibilidade e leitura, para o público que trafega em veículos motorizados e têm um campo de visão mais restrito em matéria de altura do chão. A solução de diagramação tipográfica seguiu a funcionalidade estrutural do suporte, e a leitura dá-se na vertical, ligeiramente mais difícil por ser menos usual mas bastante eficaz pois privilegia a posição vertical da placa sem perder impacto na comunicação. As letras são grafadas de forma equilibrada, com traços precisos e a cor azul trabalha a favor de um contraste interessante com o fundo. O criador foi capaz de valer-se da diversidade do formato estrutural para diagramar de forma inusitada, ousada, não usual, o texto. O conteúdo da informação contém ainda a distância

em que o motorista se encontra até o local da venda, com indicação do fluxo. O comerciante antecipa a localização e visão da placa para que dê tempo do cliente decidir e parar, a 50m. Essas noções, básicas, não foram ensinadas ao comerciante. Ele percebe, cria a sinalização de seu estabelecimento a partir de apropriações sim, mas também a partir de percepções e vivências suas e não deixa de contribuir com soluções criativas onde a arte se faz presente, de maneiras simplórias muitas vezes. Esta arte está além da informação. Está presente, fundamentalmente, como o elemento capaz de legitimar aquele criador entre seus semelhantes. Nesta pesquisa, é através do design presente em cada sistema de sinalização informal que legitimam-se as reflexões de Ernst Fischer, que afirmou:

“A arte pode elevar o homem de um estado de fragmentação a um estado de ser íntegro, total. A arte capacita o homem para compreender a realidade e o ajuda não só a suportá-la como a transformá-la.” (FISCHER, p. 57)

Outro sistema que pode ilustrar a importância da arte, do fator estético, que contribui para que a significação vá além da informação escrita, e também auxilia a veiculação da mensagem, é o letreiro de Mudanças e Fretes Baú.



Fig. 20: Totem do serviço de

Mudanças e Fretes “Baú”. Estrada da região dos lagos, RJ.

Também localizado na beira da estrada, desta vez a que conduz à região dos lagos, este exemplo possui listras decorativas nas margens, tipografia com tratamento de cores de preenchimento e contorno, possui um logotipo formado de símbolo e texto (“BAÚ”). Recursos estes que informam além do texto escrito, da informação primária. Os significados também serão inferidos a partir do grafismo, das cores, do cuidado com a imagem do serviço, mesmo que intuitivo ou baseado em observações de comunicação visual de estabelecimentos com tratamento profissional, através da criação de um logotipo. O resultado estético é mais complexo do que simplesmente a inserção de um texto num totem de madeira. As hastes do totem também têm um tratamento de cor, são pintadas de branco, que também é a cor do fundo da placa. Podemos afirmar que houve coordenação estética na criação e que este fato em si demonstra a preocupação em projetar um sistema de sinalização que chame a atenção, que diga mais do que a informação básica, e, portanto, que está na esfera da arte, de alguma forma.

Uma outra característica interessante deste totem é a maneira informal como o dono do comercio insere seu nome e também seu apelido no texto informativo. Funciona como indicio de um serviço personalizado, feito pelo dono do negócio, e faz com que o provável cliente perceba uma proximidade no tratamento, proximidade esta que só traz benefícios, pois negociar com o dono de um negócio é mais garantido, em termos de bons serviços, do que através de empregados contratados. Trataremos, mais adiante, de outros sistemas com este perfil informal no conteúdo das informações e aprofundaremos um pouco mais este tema.

Outro exemplo de sistema de sinalização vernacular com criação de logotipo é o do comercio de auto-carga de baterias de automóveis, localizado do Largo da Batalha, em Niterói. O símbolo é formado por um boneco com duas cabeças, formando uma figura interessante, como se estivesse espelhada, como se uma pessoa estivesse conversando ou oposta à outra, exatamente como funciona o mecanismo de uma bateria: a carga negativa reage à carga positiva e produz energia. E o símbolo deste logotipo tem energia, movimento! Outro recurso que trabalha a favor da percepção de movimento é o posicionamento das pernas do boneco alternadas com o texto, uma aparece pela frente, a outra, por trás. E ainda outro recurso seria a forma como foi grafada a tipografia, onde



notam-se pequenos detalhes no corpo das letras, que podem suscitar a percepção de velocidade, energia, movimento.

A escolha das cores também é bastante coerente: preto e vermelho; cores típicas do meio automotivo, que conduzem a leitura para o asfalto das ruas e estradas, para os pneus dos automóveis, para o sinal de trânsito, “atenção”, energia, etc.



Fig. 21: Letreiro de auto carga de bateria, Niterói, RJ.

Mais um sistema que poderá ilustrar a necessidade da comunicação se prolongar através do viés estético na sinalização informal é a criação de um borracheiro, também localizado no Largo da Batalha, em Niterói. Este sistema é um dos mais completos escolhidos para esta pesquisa pois apresenta itens de estruturas variadas que trabalham em conjunto para um alargamento da percepção do estabelecimento pelo público. O exemplo contém letreiro indicativo dupla-face (com informação nos dois lados e assim possível de ser lido por pessoas em ambas direções da rua), totem de fluxo localizado no outro lado da rua, com seta indicando a localização exata do comércio, e ainda um totem indicativo em frente ao estabelecimento, para visualização mais baixa do que a proporcionada pelo letreiro. O letreiro foi criado com a utilização de pneus, como em quase toda sinalização de borracheiros, mas, com o tratamento estético bastante atípico. Portanto, além das

características estruturais e de localização, o comerciante ainda utilizou cores bem vivas e pintadas de maneiras não-usuais em sistemas de sinalização de borracheiros automotivos (o que pode funcionar para captar ainda mais a atenção).



Fig. 22: Letreiro dupla-face (Face 1) feito com peças de sucata automotiva. Borracheiro. Niterói, RJ.





Fig. 23: Letreiro dupla-face (Face 2) feito com peças de sucata automotiva. Borracheiro. Niterói, RJ.



Fig. 24: Totem de fluxo com estrutura criada de sucata automotiva. Borracheiro. Niterói, RJ.



Fig. 25: Totem indicativo. Borracheiro, Niterói, RJ.



Fig. 26: Detalhe de totem indicativo. Borracheiro, Niterói, RJ.

A comparação da complexa criação de projeto deste sistema com o projeto vernacular clássico, de sinalização de borracheiros no Brasil e, pelo menos em alguns países da América Latina, que é o pneu com o texto “borracheiro”, é interessante.





Fig. 27: Sinalização indicativa “clássica” de borracheiro, Niterói, RJ.

Podemos apreciar o quanto de planejamento, criatividade e ousadia estiveram presentes na mente deste comerciante, que, mais do que oferecer o serviço de borracheiro, como qualquer outro borracheiro, foi um pouco além na esfera da comunicação visual do seu comércio e solucionou de forma muito pertinente a sinalização. O sistema revela estudos de fluxo, no qual o criador se preocupou em resolver questões relevantes ao fluxo de pedestres ou bicicletas e automotivo, pois emprega letreiros dupla-face na fachada da loja (para sinalizar ambas as direções da calçada) e também sinaliza a calçada oposta, onde indica o fluxo para a loja. Em relação ao projeto estrutural: a decisão de utilizar materiais de sucata do próprio estabelecimento é genial e marca, ainda mais, através dos itens do sistema (significantes) o universo automotivo (significados), o qual pode ser percebido pelo público na “leitura” visual dos totens, letreiro, decoração da fachada (toda feita com calotas de sucata), etc. Quanto ao tratamento cromático: houve minucioso planejamento na escolha e disposição das cores, onde a pintura cobre cada gomo dos pneus usados no letreiro e nos totens. Este detalhe de cores num objeto quase sempre de cor preta, provoca um desnível na percepção do que é comum, do que não varia nunca e somos atraídos, instintivamente, para

o que é diferente e está ao alcance dos nossos olhos. A percepção privilegia a quebra na rotina do olhar, seja pelo belo, seja pelo grotesco.

Podemos concluir pois que os comerciantes que criam seus sistemas de sinalização informal podem estar envolvidos, de forma muito mais complexa, com a estética, com o que há de magia na arte (FISCHER), do que possamos perceber numa observação menos direcionada. A arte que nos une e legitima enquanto Homens também faz parte das soluções de sinalização escolhidas para esta pesquisa.

### **3.4 - Capitalismo tardio: imagem e sinalização informal**

Segundo Fredric Jameson, pensador da cultura pós-moderna, existe um fetichismo das mercadorias na transição para o capitalismo tardio. Afirma ainda que há uma correspondência entre a produção cultural e as experiências e modos de subjetividade nas sociedades capitalistas contemporâneas. Esta relação pode ser observada no aparecimento de um novo tipo de achatamento ou falta de profundidade nas manifestações culturais, sociais, um tipo de superficialidade no sentido mais literal, o que é talvez a mais importante característica formal de todos os pós-modernismos. Temos, pois, o esmaecimento do afeto na cultura pós-moderna.

Os exemplos da sinalização informal presentes nesta pesquisa são exemplos vernaculares pós-modernos, que refletem também o que perpassa o social: dispersão, instabilidade, descontinuidade, descentramento, exacerbação estética face a um vazio em relação ao ser.

Outro pensador pós-moderno, David Harvey, reflete em *A Condição Pós-moderna* sobre as manifestações culturais e afirma que elas assumem seu lugar e formam uma colagem flexível do “já-visto”. Para Harvey toda espécie de subcultura se justapõe na cidade contemporânea. E ilustra da seguinte forma:

“A débil coesão de culturas de rua divergentes nos espaços fragmentados da cidade contemporânea reenfatiza os aspectos contingentes e acidentais dessa alteridade na vida cotidiana.” (HARVEY, p. 272)

Jameson ilustra citando Debord:

“A cultura do simulacro entrou em circulação em uma sociedade em que o valor de troca se generalizou a tal ponto que mesmo a lembrança do valor de uso se apagou, uma sociedade em que, segundo Guy Debord, em uma frase memorável, “a imagem se tornou a forma final da reificação” (*A sociedade do espetáculo*).” (JAMESON, p. 72)

Ainda Jameson:

“(…) a história dos estilos estéticos desloca a história “real”. (JAMESON, p. 83)

O exemplo que inserimos agora ressalta, jocosamente, a preocupação com a imagem, vital neste mundo pós-moderno.



Fig. 28: Letreiro de restaurante em Rio Bonito de Lumiar, Friburgo, RJ.

O nome do estabelecimento brinca com a importância de ter uma imagem boa. O letreiro é de um restaurantezinho num pequenino lugarejo próximo à Lumiar, que recebeu luz elétrica há pouco mais de cinco anos. Os poucos habitantes são bem humildes, sem recursos. Mas este letreiro não esconde o que todos buscam em tempos atuais e que gostariam de

experimentar momentos de lazer que os façam sentir mais especiais. O nome então reflete isso: Chique: como todos querem ser; Baratinho: como todos podem pagar.

Os sistemas a seguir também possuem características que refletem essa preocupação estética, mesmo que sem ser totalmente entendida, por parte dos comerciantes. Quero dizer com isso que acredito que as soluções sejam encontradas conscientemente mas não como respostas diretas à globalização, ao capitalismo-tardio, etc. A produção é consciente mas não a motivação.

O vendedor de cachorro- quente, que trabalha de forma ambulante em uma van, e o vendedor de peixe em domicílio: sabem a importância da imagem para seus negócios, podem, contudo, não estar cientes do porquê da imagem ser tão relevante ou de terem criado sistemas de comunicação (sinalização) que são manifestações desta categoria.



Fig. 29: Vendedor de cachorro-quente ambulante. Que usa a língua inglesa, forma universal, globalizada, de vender pão com salsicha. O cachorro da ilustração não é qualquer um tampouco, mas um rottweiler. Niterói, 2005.





Fig. 30: Vendedor de peixe ambulante. A

ilustração, que pode ser percebida também como parte do logotipo do negocio, não representa uma espécie qualquer de peixe, mas um marlin, peixe mais caro e exclusivo, especial... Niterói, 2005.

Jameson comenta sobre o trabalho desenvolvido por Kevin Lynch, *The image of the city*, que nos ensinou que “a cidade alienada é , acima de tudo, um espaço onde as pessoas são incapazes de mapear (em suas mentes) sua própria posição ou totalidade urbana em que se encontram.” (JAMESON, p. 76) Podemos inferir, através dos sistemas de sinalização presentes nesta pesquisa, que estes projetos podem fazer parte da resistência que colabora para um sentimento de pertinência, de busca de uma identidade coletiva ou pessoal em meio à fragmentação. “É preciso que todos entendam o que quero dizer, o que quero vender!” Harvey defende que a identidade de lugar se torna uma questão importante na sociedade de hoje e que é importante que reconheçamos nosso lugar nesse “mundo-colagem”. Nesse mundo da “modernidade líquida”, como também afirma o sociólogo polonês Zygmunt Bauman, em *Amor Líquido*. Para Bauman, que reflete sobre as relações humanas na pós-modernidade, os valores intrínsecos dos outros como seres humanos

singulares estão quase desaparecendo de vista. A solidariedade humana está em estado de extinção. (BAUMAN, p. 96)

Acredito que as manifestações estéticas destes sistemas não se restringem à esfera estética. Também registram a necessidade destes comerciantes serem ouvidos, fazerem parte da sociedade, do cotidiano, de tomarem o barco (ou melhor, o avião) da globalização, dentro, é claro, dos parâmetros possíveis. São manifestações de resistência, de coletividade, de legitimação e pertinência.

### **3.5 - A supermodernidade: sinalização informal, globalização e risco**

Nos espaços da supermodernidade, com fluxo incessante de pessoas devido aos avanços da tecnologia e transportes os resultados práticos são o encolhimento do planeta, a compressão do tempo-espaço. Com as mudanças, rápidas, as imagens ganham importância na comunicação. Presenciamos a convivência de imagens da informação, da publicidade, da ficção (exemplo: na TV, personagens e atores da História coexistem, com o mesmo peso, favorecendo a percepção de uma falsa familiaridade por parte dos espectadores).

As imagens, a facilidade do acesso à imagem de várias partes do mundo portanto, propiciam a formação de novos universos simbólicos: universos de reconhecimento (e não mais de conhecimento). Reconhecemos as pessoas na TV, na mídia, mas não as conhecemos. São os universos fictícios. (AUGÉ, passim p. 43)

Pois bem, estes universos fictícios, repletos de imagens *plurioriginais*, são acessados também pelos criadores dos sistemas de sinalização da pesquisa. Suas criações refletem características da supermodernidade: preocupação com a imagem, com a linguagem, com a globalização. Precisam estar inseridos nestes universos para se comunicarem com o público. Mesmo que intuitivamente, algumas vezes. Como exemplos poderíamos analisar o sistema de sinalização do vendedor de cocos que se instala em frente ao Museu de Arte Contemporânea, em Niterói. Antes porém, seria produtivo para uma mais completa apreensão das características deste sistema, incorporar à reflexão o conceito de “risco”, assim como foi apresentado pelo sociólogo inglês Anthony Giddens. Pretendemos trazer à discussão a inserção da noção de risco na comunicação visual popular e, ao mesmo tempo, apresentar uma comunicação não usual, criativa e eficaz, justamente por ser arriscada.

Ressaltaremos a importância de arriscar-se, de não somente repetir fórmulas prontas, de ser diferente na utilização da comunicação gráfico-visual.

### ***Especulações sobre o conceito de risco na sinalização informal***

*“Viver numa era global significa enfrentar uma diversidade de situações de risco.”*  
(GIDDENS, p. 78)

### ***O conceito de risco segundo Giddens***

O conceito de risco é relativamente novo, surgido na Idade Moderna. A idéia de risco se estabelece nos séculos XVI e XVII e foi cunhada por exploradores ocidentais quando partiram nas grandes navegações portuguesas e espanholas. O termo originalmente tinha uma conotação espacial: era usado para designar a navegação rumo a águas não cartografadas. Somente mais tarde começou a ser usado em negociações e investimentos bancários para designar o cálculo de conseqüências prováveis em empréstimos e credores. Depois, com o crescimento da sociedade capitalista, passou a ser usado para designar várias situações de incerteza, é assim que o empregamos hoje. A raiz do termo “risk”, na língua portuguesa significa ousar.

É justamente de ousadia que os sistemas que analisaremos pretendem tratar.

### ***O conceito de risco aliado ao conceito de futuro***

Nas sociedades tradicionais o passado é explicação do presente. Os rumos do capitalismo, porém, levam o homem a se importar com o futuro. O importante naquele momento era a possibilidade de sentir alguma segurança em relação ao futuro, uma segurança mais “real” do que a segurança fluida obtida através de conceitos do passado, que usava idéias de destino, infortúnio, sorte, vontade dos deuses... Nas sociedades capitalistas contemporâneas não é mais o passado que dita as regras. O conceito de risco é entendido junto com a idéia de futuro. São sociedades orientadas para o futuro e que, para prosperarem comercialmente têm que aceitar correr riscos “ao invés de confiar o futuro à religião, à tradição e aos caprichos da natureza”. “O capitalismo é impensável e impraticável sem o risco.” (GIDDENS, p. 83)

### ***A aceitação do risco***

O risco convive com o capitalismo assim como com nossas vidas privadas: é intrínseco ao desenvolvimento da sociedade capitalista. Tanto a mecânica do capitalismo quanto o desenvolvimento da mentalidade da sociedade que acompanha, ou melhor, nutre, o capitalismo, supõem uma aceitação do risco no cotidiano, no trabalho, na vida emocional.

O conceito de risco está também em nossas vidas privadas e sociais, está no nosso prazer. Quando praticamos esportes radicais, escaladas em montanhas, nos atuais relacionamentos interpessoais. A dialética desta invasão do risco na sociedade é que o conceito aparentemente é percebido como algo negativo. Ninguém quer, na verdade, correr riscos. Mas é justamente o ato de se arriscar ao nos envolvermos em negócios, projetos pessoais e relacionamentos que faz dos resultados algo novo, não repetitivo, produto inédito.

### ***A sinalização informal correndo riscos***

O termo “*sinalização informal*” como é empregado neste trabalho pretende designar a sinalização feita e utilizada por comerciantes informais ao comunicarem sobre seus comércios a seu público. A particularidade é que estes comerciantes não possuem conceitos profissionais de comunicação visual, de design, ou até mesmo, estudos básicos, como a língua portuguesa. O interessante é como sua condição informal, e apesar do não-estudo, não os desqualifica como criadores, como comunicadores. E, como pretendemos mostrar aqui, talvez por não serem provenientes de classes profissionais, e, conseqüentemente, não estarem vinculados à metodologias de trabalho, podem ousar, arriscar-se de formas inusitadas. É neste ponto que o risco deste tipo de comunicação enriquece e contribui com novas possibilidades de percepção.

Para exemplificar o que viemos afirmando poderíamos refletir sobre o vendedor de cocos que fica situado em frente ao Museu de Arte Contemporânea de Niterói, o MAC. O comerciante, criou um cartaz em que comunica seu produto em frases de uma conversa informal... em inglês e em espanhol! Ele arrisca-se não ser compreendido por algumas pessoas, em não compreender algum turista que eventualmente decida conversar com ele nestas línguas pois estas não são sua língua materna. Estes riscos, porém não o impediram de criar e manter seu sistema de sinalização: ele dá resultados!





Fig. 31: Totem de venda

de coco, em frente ao MAC, Niterói, RJ.

Outro tipo de risco na sinalização do vendedor de cocos seria o caráter informal do conteúdo do texto: os tópicos são partes de uma conversa. O vendedor convida o cliente ao bate-papo, a se aproximar. Isto não é usual nos sistemas de sinalização. Mas esta característica não-usual faz com que este comerciante, de uma maneira própria, legitime um discurso que é seu no plano oral, no plano gráfico-visual.



Fig. 32: Bebedor para lavar a mão, venda de coco, em frente ao MAC, Niterói, RJ.



Fig. 33: O comerciante Valdecir com seu totem e cartazes de venda de coco, em frente ao MAC, Niterói, RJ.

Este mesmo comerciante utiliza um bebedouro de água potável para que o cliente possa lavar as mãos: risco de subverter o uso de um objeto universal para atrair, para ser diferente, para vender. Ele oferece o que outros vendedores não oferecem: a possibilidade lavar as mãos antes ou depois de consumir o coco. Mas para isso utiliza o bebedouro que

também pode causar estranhamento no consumidor ou dúvida quanto à origem limpa da água oferecida, etc.

O vendedor, contudo, criou este sistema que dá certo pois dá retorno. Durante todo o tempo do curso do mestrado, pude vê-lo trabalhando no mesmo local, um sinal de que o sistema funciona. Ouvi também comentários, ao apresentar o trabalho em simpósios que participei, de pessoas que viviam em Niterói e que conheciam o vendedor, conheciam o sistema. É gratificante ver o tempo passar e reconhecer o sucesso do projeto ou a continuidade que este comerciante propicia ao seu sistema, apesar dos riscos. Infelizmente houve vários outros sistemas que durante a pesquisa deixaram de existir, por conta do término do comércio, ou simplesmente pela troca de sistema por parte do comerciante (apesar de continuar com o mesmo comércio – atitude muito comum, aliás). Numa determinada situação o comerciante decide alterar a sinalização do seu comércio, talvez por ter sido criada por ele mesmo ou achar que a relação visual é totalmente livre e pode e deve ser alterada com frequência. O fato é: Quem sabe mais? Por que não achar que estas táticas, breves, curtas, com tempo de vida limitado e volátil, não são o que pode, realmente, conversar de forma mais eficaz com o público (através do estranhamento ao novo e da mudança no visual).

Para levarmos esta análise um pouco além podemos contrapor este sistema do vendedor do MAC com outros comerciantes de coco, localizados na orla da praia de São Francisco, também em Niterói.





Figuras 34 e 35: Os comerciantes com seus comércios de venda de coco, praia de São Francisco, Niterói, RJ.

Apesar de um deles ter uma postura mais formal, trabalhando com uma vestimenta mais social (o que pode ser um diferencial em venda de coco), ambos os sistemas acima foram produzidos de maneira mais usual, sem inovações próprias e provavelmente distribuídos pelo fornecedor de cocos. O comerciante do MAC, por sua vez, ousa vender cocos utilizando um letreiro onde explica a consistência da polpa do coco, o gosto da água e faz mais, redige o texto em três línguas diferentes: português, inglês e espanhol. O que pretendo enfatizar com estes exemplos é a possibilidade de lermos as duas situações de formas diferentes exatamente porque as placas foram criadas de maneiras distintas: a linguagem e algumas línguas utilizadas eram diferentes. Outros componentes formadores dos signos gráfico-visuais também contribuem para suscitar diferentes leituras: o tipo de suporte estrutural, as cores utilizadas na base da placa e nas letras, a tipografia adotada ou criada. Se a escrita for uma caligrafia à mão teremos uma percepção distinta da que teríamos se a escrita imitar a letra de máquina. E por aí vamos descobrindo novos significados. A beleza da Semiologia é também esta possibilidade enorme de significados diferentes surgirem de um mesmo significante. Nada está fechado pois a leitura é individual.

Outros exemplos interessantes da sinalização informal que assumem (sem se dar conta, muitas vezes) o risco: o açougue, em Trancoso, BA, e o Bar do Machado, em Niterói. Ambos exploram a iconografia, ou seja, a utilização de uma imagem ou ilustração para representar uma idéia. Estes sistemas utilizam ilustrações como parte do texto informativo ou substituindo-o por inteiro.

A utilização de uma ilustração para substituir o nome do estabelecimento pode acarretar em risco de surgirem ruídos na informação pela mistura de linguagens, escrita e iconográfica, numa mesma sentença, se é que podemos afirmar que o resultado formado é uma sentença. Esta reflexão, porém, poderia ser quase que contrária ao pensamento do tipógrafo franco-suíço Adrian Frutiger, que desenvolveu vários estudos sobre pictografia (sistema de escrita de natureza icônica, baseado em pictogramas) e pictogramas



(representações simplificadas dos objetos da realidade). Segundo Frutiger, na obra *Sinais e Símbolos*, a utilização de pictogramas num sistema de sinalização permite universalizar e democratizar a informação para aqueles que não dominam a língua escrita, além de permitir uma percepção e compreensão mais rápidas. Acredito que seja pertinente em se tratar de pictogramas mas discordo quando a imagem presente no sistema é mais elaborada, como numa ilustração comum, como nos exemplos que veremos abaixo. Acredito que a mistura de linguagens escrita e iconográfica (ilustração) numa mesma sentença, pode retardar um pouco a leitura e compreensão. Já, quando a ilustração é utilizada sozinha, ou como apoio da linguagem escrita, a leitura ocorre mais facilmente. No entanto, não deixa de ser um risco a utilização de uma ilustração sem qualquer apoio escrito num letreiro indicativo de qualquer estabelecimento comercial. (FRUTIGER, p. 317)

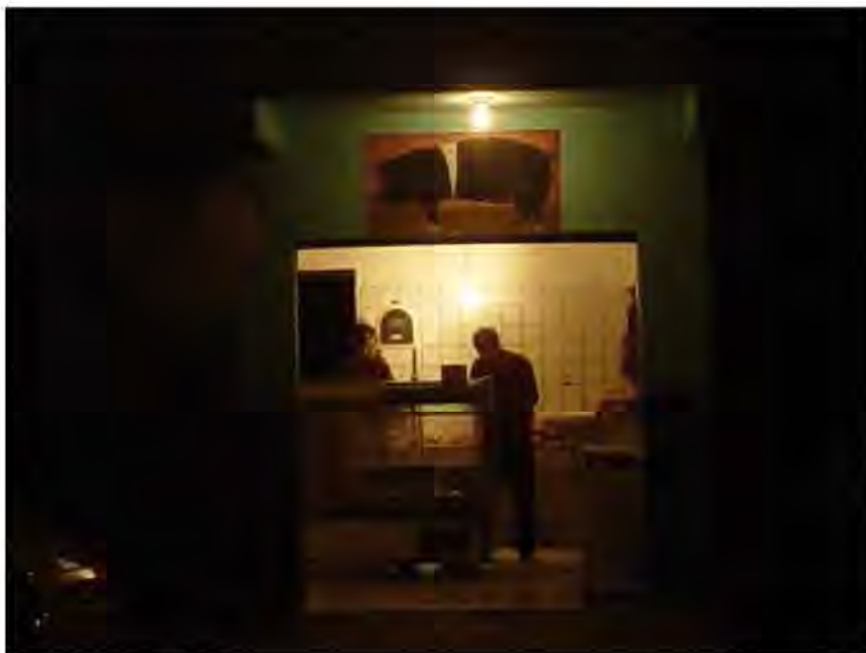


Fig. 36: Letreiro de açougue com utilização de ilustração como base da informação do sistema, Trancoso, BA.



Fig. 37: Letreiro de bar que utiliza ilustração e linguagem escrita, completando uma mesma “frase”. Largo da Batalha, Niterói, RJ.

Um contraponto interessante no conceito geral de riscos dentro dos sistemas de sinalização é o tipo de risco que os sistemas informais trazem e os riscos calculados dos sistemas profissionais. Nos exemplos informais o risco é destemido, desassombrado. São exemplos de sistemas arriscados ao extremo até por desconhecimento dos riscos que correm. Os sistemas profissionais também trazem riscos mas devido ao uso-comum, ao recurso de utilização de pesquisas, ao conhecimento maior do mercado, os profissionais arriscam-se dentro de certos parâmetros. Trabalham balizados. Os sistemas informais dão tiros no escuro e algumas vezes acertam, de forma brilhante.

Para terminar esta reflexão sobre os riscos, mais um sistema baseado em imagem: o letreiro de uma luthieria, no Largo da Batalha, em Niterói. Neste exemplo, também idealizado e produzido pelo comerciante, foi utilizado dentre os materiais de produção um desenroscador de pescaria (“grande, pois o pequeno não funciona”). Quanto à escolha das cores: o letreiro com o fundo preto e seta branca possibilita uma leitura melhor da seta pois, segundo ele explicou “o fundo branco, de dia, ofuscaria demais os olhos do público e

atrapalharia a leitura da seta. Assim, com o fundo preto e a seta branca, a visão é mais fácil.”



Fig. 38: Letreiro de luthieria com indicação de fluxo,

Niterói, RJ.

Quanto à posição das setas que indicam o fluxo, ao girar o suporte, que é no formato de um violão inferimos que ele privilegiou a descida do fluxo de veículos, ou seja, quem está descendo - a rua é inclinada- e quem sobe, o faz mais vagarosamente do que o motorista que desce. Desta forma, a descida é mais rápida e deve ter o privilégio da leitura da seta. No projeto gráfico, há uma seta pintada em cada lado do violão que apontam para o interior da loja sempre que o violão gira e o público está posicionado na direção de quem desce a rua. Muito perspicaz!

Outra característica importante deste letreiro é o movimento. O fato do comerciante ter criado um letreiro que gira ou move-se livremente ao vento é uma contribuição importante pois o público presta maior atenção ao movimento do que ao estático e com isso, ganha-se em visibilidade.





Fig. 39: Detalhe do artifício de fixação e movimentação, letreiro de lutheria, Niterói, RJ.

Ainda outra característica neste sistema que envolve a mobilidade: a estrutura da peça permite que seja retirada, facilmente, na hora de fechar a loja e que seja recolocada na fachada, no dia seguinte. Para um comércio não-legalizado, que não pode ter qualquer letreiro fixo na fachada, este recurso é um diferencial.

Este comércio não utilizava somente o letreiro acima, porém. Também trabalhava-se a sinalização com um totem, que continha informação textual. Mas, devido a visibilidade do letreiro principal em relação ao restante do sistema, podemos considerar que havia risco de que o público não conseguisse entender, num primeiro momento, que tratava-se exatamente de uma lutheria, e abria-se possibilidades de significações diferentes.





Fig. 40: Totem de luthieria, Niterói, RJ.

### 3.6 - Os discursos da sinalização informal

Nas placas de sinalização informal encontramos discursos de uma ordem oral representados graficamente. São prolongamentos da conversa, do bate-papo e que legitimam a manifestação gráfico-visual de conversa do dia-a-dia do povo. As placas e letreiros criados por comerciantes informais representam graficamente e iconograficamente discursos legitimados ou não, da esfera da economia informal, e funcionam como um prolongamento da linguagem "popular".

Poderemos notar, portanto, a presença de elementos persuasivos nos textos destas placas, que, na verdade, não são novidade alguma na teoria do discurso. Já na Grécia antiga, Aristóteles refletia sobre a classificação dos diferentes tipos de discurso, da utilização da retórica, etc. O que torna a questão atual levantada mais interessante pois nossos criadores não estão aplicando técnicas estudadas ou aprendidas academicamente. São soluções inovadoras irrompidas de observação e utilização da linguagem oral e aplicadas, quase que instintivamente, nos sistemas de sinalização que produzem.

O discurso oral adaptado à linguagem gráfica torna-se, portanto, um elemento persuasivo. O convencimento verbal (e o gestual imaginário que poderia ser inerente ao discurso) está grafado nas placas instaurando o novo discurso: "informal-gráfico". Os signos passam a ser outros, não mais o discurso falado, mas de alguma forma apropriando-

se dele, adicionando a ele recursos gráficos e resultando em significações próximas. A informalidade de uma conversa, imbuída de intenções persuasivas, está representada graficamente nas placas, produzindo significados e resultados práticos (de venda) tão eficazes quanto num diálogo.

A falta de uma retórica argumentativa clássica não impede que a técnica argumentativa, utilizada intuitivamente por estes comerciantes ao produzirem suas placas, seja eficiente e comunique suas intenções. A questão não é somente escrever algo nas placas e, sim, fazê-lo de modo convincente, visando a persuadir o receptor acerca de alguma informação, idéia, verdade, serviço, etc. Para ilustrar a formação e o reconhecimento dos signos nos sistemas de sinalização, utilizo uma citação do lingüista Adilson Citelli:

“Resta-nos que o desejo de comunicar certas idéias – a comunicação propriamente dita, a vontade de dizer coisas aos outros e o efetivo ato de dizer, o movimento em direção à construção - fica mediado por essa unidade menor que se chama signo. O modo de articulá-lo, organizá-lo, poderá determinar as direções que o discurso irá tomar, inclusive de seu maior ou menor grau de persuasão.” (CITELLI, p. 26)

E ainda, sobre o comportamento dos signos na mensagem, uma citação do Mikhail Bakhtin:

“Só é possível o estudo dos valores e idéias contidos nos discursos atentando para a natureza dos signos que os constroem.” (apud CITELLI, 1991, p. 26)

O modo como o signo é produzido “será de vital importância para a compreensão dos modos de se produzir a persuasão” (CITELLI, 1991, p. 29). Ou seja, como o comerciante escolhe e utiliza o discurso de sua placa, da placa do seu comércio, vai definir o quão persuasivo este discurso será. E podemos ir além, pois no caso da criação de uma placa, o discurso “escrito” não pára no significado das palavras e sim extrapola para a forma como estas palavras estão grafadas, ou seja, no significante. Qual tipografia foi escolhida ou desenhada? Que outros detalhes de natureza gráfica (ou iconográfica) estão presentes para

auxiliar a percepção da idéia do discurso escrito? Palavras grifadas, com cores diferentes do restante do texto, bordas decoradas, pictogramas, são alguns exemplos de recursos gráficos que extrapolam o texto, e, ao mesmo tempo, fazem parte da mensagem. Estamos pois em meio ao estudo de signos e, conseqüentemente, da Semiologia. Segundo, o célebre Roland Barthes: “Postular uma significação é recorrer à Semiologia.”

Em relação aos tipos de discurso, seguiremos os estudos de Eni Orlandi que, em seu livro *A Linguagem e seu Funcionamento*, aponta a existência de três tipos básicos de discurso: o discurso lúdico, que seria representado por boa parte da produção artística e teria uma característica polissêmica; o discurso polêmico, que possui um certo grau de persuasão, mas ainda apresenta também certo grau de polissemia, e é exemplificado em aulas, editoriais jornalísticos, defesas de tese, etc.; e, por fim, teríamos o discurso autoritário, sem resquícios de polissemia. Muito pelo contrário, exclusivista, sem permitir mediações e ponderações. É a formação discursiva da persuasão, por excelência. Aqui, “o mundo do diálogo perde a guerra para o mundo do monólogo”. (CITELLI, 1991, p. 40).

E, agora, a questão: se fôssemos inserir o discurso apresentado nas placas dos comerciantes informais, ou seja, o discurso que denominei como gráfico-visual e que seria um prolongamento do discurso falado, da conversa, em que categoria estaria?

A meu ver poderia ocupar, de forma bastante fluida e elástica, todas as categorias descritas acima, apresentando elementos com características até mesmo opostas mas que funcionam para legitimar a qualidade de “conversa informal”. Penso que neste discurso “informal” das placas há uma mistura mais homogênea de recursos lúdicos e, por mais contraditório que possa parecer, de recursos autoritários. Mesmo quando a informação de uma placa possui um teor autoritário podemos encontrar elementos que quebram o monólogo e que pressupõem um diálogo, um interlocutor.

Neste discurso informal, representado graficamente nas placas do comércio informal, há uma permissividade maior no uso de termos e expressões provenientes de categorias diferentes. Em alguns casos, esta inter-relação de recursos pode dar-se não através da escolha das palavras e expressões, mas sim através do tom do discurso. O recurso retórico, nestes casos, está além das palavras e extrapola para o “eu-tu-eu”, para a conversa que

pressupõe o outro, a alteridade na recepção. Diria que a intenção é autoritária, mas o meio de informar, apesar de o discurso grafado ser autoritário, perpassa traços de conversa que possibilitam um tom menos rígido, mais camarada. Esta percepção e utilização de qualidades discursivas que expressam camaradagem, alteridade, seria uma maneira intuitiva, a meu ver, de legitimar seu discurso num meio de comunicação que hoje é dominado por outros discursos. Esta inserção do discurso informal na sinalização possibilita a instauração do discurso oral de uma classe num meio visual que foi apropriado, com várias características visuais e estruturais, de outra.

Michel de Certeau, ao refletir sobre o que cada discurso contém de “social”, e comparar utensílios caseiros usados e linguagem, escreveu:

“Como os utensílios, os provérbios e outros discursos, são marcados por usos; apresentam à análise as marcas de atos ou processos de enunciação; significam as operações de que foram objeto, operações relativas a situações e encaráveis como modalizações conjunturais do enunciado ou da prática; de modo mais lato, indicam portanto uma historicidade social na qual os sistemas de representações ou os procedimentos de fabricação não aparecem mais só como quadros normativos mas como instrumentos manipuláveis por usuários.” (CERTEAU, p. 82)

Para ilustrar o que acabamos de refletir, podemos analisar alguns outros sistemas à luz da linguagem informal que trazem em seu conteúdo, quer seja lingüístico ou gráfico. Nos exemplos a seguir, a característica mais relevante é a utilização, por parte dos criadores, de recursos lingüísticos provenientes do discurso oral informal, o que possibilitará uma leitura também informal. A semiose perpassa o popular, o significado não se restringirá à informação textual mas estará além, presente também numa atmosfera de conversa, de bate-papo, que foi introduzida pela utilização das frases retiradas do discurso falado, informal.





Fig. 41: Letreiro de bar,

Niterói, R.J.

No letreiro do bar o comerciante utiliza uma frase, “seja bem-vindo ao meu bar”, com características de uma conversa direta com o público, como se estivesse ele mesmo, ali, convidando para que os clientes entrassem. Ao invés de simplesmente utilizar um nome para o estabelecimento o comerciante ousou inserir a frase. Não há um nome especial para o bar. O texto do letreiro é composto somente desta “conversa” com o público. A tipografia, desenhada a mão, também possui detalhes decorativos, nos miolos das letras B e D, que trabalham esteticamente a favor do discurso escrito: conferem um aspecto cuidado, uma atmosfera amigável que poderia contrapor à neutralidade de uma tipografia sem estes detalhes.

No sistema do serviço de mecânica, abaixo, poderemos notar também a presença do discurso falado transcrito para o letreiro, e que reforça a idéia de um serviço com perfil informal, acessível, honesto. A frase “não vai se arrepender” ao ultrapassar a superfície da placa e continuar escrita no muro poderia ser percebida como um indício de espontaneidade, mais uma vez afirmando a sinceridade da informação do letreiro.



Fig. 42: Letreiro de serviços de

mecânica, Niterói, R.J.

O sistema a seguir, de uma pequena lanchonete de beira-de-estrada, usa o discurso informal de forma inusitada: algumas frases foram distribuídas separadamente em totens localizados alguns quilômetros antes da chegada ao estabelecimento e parecem “teasers”, recurso publicitário e jornalístico, que ativa a curiosidade do público. Este, por sua vez, fica ansioso para conhecer o que está por vir, o que está por ser apresentado. O sistema constrói no receptor uma curiosidade em relação ao comércio que por si só funciona como marketing para que a pessoa sinta vontade de parar e provar o pão com lingüiça. As frases, todas retiradas de discursos informais, mexem com os desejos da fome, da curiosidade, da atenção, do gosto. Um aspecto muito interessante é a utilização de frases diferentes a cada totem: o público percebe que trata-se do mesmo estabelecimento pois faz a associação estética do perfil do sistema de sinalização, que não varia (totens com placas amarelas e tipografia na cor vermelha) e fica, a cada informação, mais curioso com o comércio.





Fig. 43: Sistema de sinalização de comercio de beira-de-estrada, em Cachoeiro de Macacu, RJ.

### ***Entorno***

Os exemplos seguintes continuarão a mostrar características de utilização de linguagem de discurso informal, mas trarão também uma outra característica importante: a percepção das

particularidades do entorno como variante que influenciará no conteúdo do sistema ou na localização do mesmo.

No letreiro do chaveiro, a frase final, “é só ligar” nos leva ao papo, à conversa de alguém “boa praça” que vai ajudar o fulano que ficou com a chave presa dentro do veículo. Por outro lado, o fato da placa estar ali no muro de um estacionamento da praia, local característico de pessoas que deixam seus veículos ávidos por chegar à areia, vão passar o dia ao sol e ao mar, a se divertir (beber um pouco também...) e depois voltam para o carro constatando que a chave havia ficado trancada. Ou pior, havia sido perdida. Agora, sejamos honestos: não é qualquer estacionamento que tem este perfil conjunto de ansiedade, bebida, cansaço, etc., e que pode auxiliar a venda do serviço de chaveiro. E, aquele letreiro não estava lá inocentemente, para ajudar o cidadão nestes pequenos acidentes em locais de lazer. Conclui-se portanto que o entorno justifica comercialmente a localização do letreiro e que a linguagem informal, do discurso escrito, irá fortalecer a mensagem.



Fig. 44:

Letreiro de chaveiro localizado em estacionamento na praia, Trancoso, BA.

Na quitanda de Icarai, o entorno também fará papel decisivo no conteúdo da mensagem, mas de forma distinta. O conteúdo do cartaz traz uma frase que terá um significado



particular para o público do bairro ou que está inserido na vivência do mesmo. A frase “pague pouco, ande menos” é uma menção ao preço mais caro das verduras e legumes da filial do Horti Fruti, cadeia carioca de revendedores de hortigranjeiros e que acabara de abrir sua primeira loja em Niterói. Os preços eram mais caros em relação aos mercados e pequenas quitandas locais, mas, devido à novidade, ao design moderno da loja, à limpeza, etc., fez com que os negócios menores perdessem público consumidor. E, nesta hora, é preciso se comunicar! Este cartaz é, portanto, um recurso de comunicação, através da sinalização da quitanda e do “recado” contido na informação, para trazer o consumidor de volta: menor preço, maior proximidade e conveniência.



Fig. 45: Cartaz

de quitanda em Icaraí, Niterói, RJ.

Para concluir a reflexão sobre a utilização de discursos informais nos sistemas de sinalização, voltemos, mais uma vez, a reflexão de Michel de Certeau, ao expor a definição do que é a tática, recurso de defesa e ataque do Homem ordinário em seu cotidiano.

“A tática não tem por lugar senão o do outro. E por isso deve jogar com o terreno que lhe é imposto tal como o organiza a lei de uma força estranha. Não tem meios

para se manter em si mesma, à distância, numa posição recuada, de previsão e de convocação própria: a tática é movimento dentro do campo do inimigo e no espaço por ele controlado. Ela não tem portanto a possibilidade de dar a si mesma um projeto global nem de totalizar adversário num espaço distinto, visível o objetivável. Ela opera golpe por golpe, lance por lance. Aproveita as "ocasiões" e delas depende, sem base para estocar benefícios, aumentar a propriedade e prever saídas. O que ela ganha não se conserva. Este não-lugar lhe permite sem dúvida mobilidade, mas nenhuma docilidade aos azares do tempo, para captar no vôo as possibilidades oferecidas por um instante. Tem que utilizar, vigilante, as falhas que as conjunturas particulares vão abrindo na vigilância do poder proprietário. Aí vai caçar. Cria ali surpresas. Consegue estar onde ninguém espera. É astúcia.” (CERTEAU, p. 100)

### **3.7 - “Fica concreto assim”**

O próximo sistema que iremos analisar também explora o espaço. Mas um outro espaço, o espaço da criação, não o entorno. Este sistema lida com a questão espacial no suporte onde está inserida a comunicação e é diagramado neste espaço de forma não-usual. O sistema utiliza conceitos de Concretismo e da poesia concreta na sinalização, ou seja, utiliza o suporte físico como suporte da linguagem escrita, e, assim como a poesia concreta, funciona e é percebido em função do movimento. Antes de analisarmos o sistema, porém, seria interessante relembrarmos o movimento concretista, da década de 50.

Em 1956 era lançado, na ocasião da Exposição Nacional de Arte Concreta realizada no Museu de Arte Moderna de São Paulo, o mais controverso movimento de poesia vanguardista brasileira: o concretismo. Ao lado de pintores e escultores concretos, o público via pela primeira vez uma nova forma de poesia, exposta em cartazes e que chamava atenção pelo aspecto visual como as palavras eram organizadas no espaço branco. Os poetas concretos propunham a superação do verso e o uso de novos recursos expressivos conectados com o mundo contemporâneo. Iniciava-se assim o movimento concretista que

influenciaria, nacional e internacionalmente, a produção poética a partir dos anos 50.

Criada por Décio Pignatari (1927), Haroldo de Campos (1929) e Augusto de Campos (1931), a poesia concreta era uma alternativa à produção poética da época, a quem os jovens paulistas acusavam de verbalismo, subjetivismo e incapacidade de expressar a nova realidade gerada pela revolução industrial. São Paulo vivia então o apogeu do desenvolvimentismo da Era J.K. e seus intelectuais buscavam uma poética ideológica/artística cosmopolita, como tinham feito os modernistas de 1922. Os concretos identificavam como precursores Mallarmé em “Un Coup de Dés” (“Lance de Dados”), os caligramas de Apollinaire, o futurismo e o dadaísmo, o método de montagem ideográfica da poesia de Ezra Pound, a sintaxe visual de e. e. cummings e a prosa revolucionária de Joyce (Ulisses e Finnegans Wake) com suas palavras-montagem. Outro dos modelos adotados foi Oswald de Andrade cuja lírica sintética (“poemas-pílula”) representava para eles o vanguardismo mais radical. Os idealizadores do movimento, responsáveis pela elaboração teórica e prática da nova poesia, influenciaram o mundo, levando à exploração de recursos “verbivocovisuais” na poesia por diversos criadores. Foram estabelecidas conexões com a música dodecafônica e serial, e com as artes plásticas de caráter abstrato-constutivo. Cinema, linguagem publicitária, televisão e quadrinhos também estavam dentro do campo de interesse dos poetas concretos.

Os criadores do movimento procuravam um experimentalismo poético (racionalizado) que deveria abolir o verso tradicional, sobretudo através da eliminação dos laços sintáticos (preposições, conjunções, pronomes, etc.), gerando uma poesia objetiva, concreta; o verso estaria espacializado, valorizando o espaço da página, as partículas sonoras de cada letra ou palavra e o tratamento tipográfico, constituindo o laço verbivocovisual. Tentava-se evitar, nas palavras de Haroldo de Campos, o “lirismo anônimo e anódino” e o “amor às formas fixas do vago”. A linguagem deveria ser necessariamente sintética, dinâmica, homóloga à sociedade industrial (“A importância do olho na comunicação mais rápida... os anúncios luminosos, as histórias em quadrinhos, a necessidade do movimento...”); valorização da palavra solta (som, forma visual, carga semântica) que se fragmenta e recompõe na página; O poema transforma-se em objeto visual, valendo-se do espaço gráfico como agente

estrutural: uso dos espaços brancos, de recursos tipográficos, etc.; em função disso o poema deveria ser simultaneamente lido e visto.



Fig. 46: Olho por olho, Augusto de Campos, 1964.

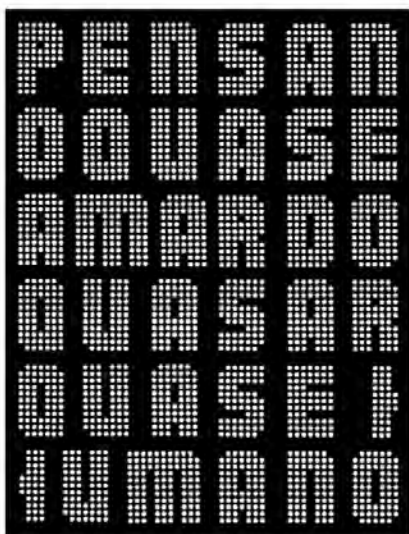


Fig. 47: O Quasar, Augusto de Campos, 1975.

Segundo Pignatari, “antes da poesia concreta: versos são versos. Com a poesia concreta: versos não são versos. Depois da poesia concreta: versos são versos. Só que a dois dedos da página, do olho e do ouvido. E da história”.

Em carta a Haroldo de Campos, Octavio Paz escreveria: “Os senhores exploram um novo espaço lingüístico. Sua poesia não se situa, como a princípio acreditei, na fronteira entre o



signo e o plástico: seus poemas iluminam um espaço semântico que a poesia do Ocidente apenas havia começado a entrever. Fusão e transformação dos significantes e, portanto, dos significados; criação de novos significantes; exploração das relações entre o visual e o auditivo; poemas metalingüísticos...”. O objetivo do Concretismo, no entanto, não era impor o caos de palavras e sim transpor signos para um universo criativo de rigor, inclusive no tratamento com o espaço gráfico.

Augusto de Campos, em entrevista concedida na Universidade de Yale, EUA, em 1995, comentou sobre os fundamentos teóricos dos concretistas que os diferenciavam de outros movimentos:

“Em vista do próprio contexto histórico em que surgiu, a poesia concreta obviamente não participa nem da ideologia do Simbolismo, que ainda subjaz na poética de Mallarmé, nem das utopias mecanopolíticas futuristas, nem do niilismo dadá. A poesia concreta se situou como uma poética da objetividade, tentando colocar simplesmente suas premissas nas raízes da linguagem, com o intento de criar novas condições operacionais para a elaboração do poema, no quadro da revolução tecnológica. Tecnicamente, os poetas concretos se distinguem dos seus antecessores pela radicalização e condensação dos meios de estruturação do poema, no horizonte dos meios de comunicação da segunda metade do século. Isso implicou, entre outras características, nas seguintes: maior rigor construtivo, em relação às experiências gráficas de futuristas e dadaístas; maior concentração vocabular; ênfase no caráter não-discursivo da poesia com supressão ou relativização dos elos sintáticos; explicitação da materialidade da linguagem sob os aspectos visual e sonoro; trânsito livre entre os estratos verbais e não-verbais. A poesia concreta retomou as especulações da linhagem experimental da poesia contemporânea, firmando relevantes pressupostos para o desenvolvimento da poesia no contexto das novas mídias que se expandem na fase tecnológica da modernidade. Constituiu, no mínimo, um movimento importante para manter acesa a ideologia revolucionária da experimentação permanente e autônoma e redefinir a atuação da vanguarda na 2ª metade do século, assumindo-a sob a categoria de "poesia de invenção" (em contraste com a mais palatável "poesia de expressão") como

resistência à massificação e à banalização impostas aos novos meios de comunicação e ao imobilismo da literatura convencional.” (CAMPOS)

No manifesto da poesia concreta, escrito por Augusto de Campos em 1956, os tópicos transcritos aqui, têm relação quase que direta com a análise do sistema de sinalização que faremos a seguir:

“Funções-relações gráfico-fonéticas ("fatores de proximidade e semelhança") e o uso substantivo do espaço como elemento de composição entretêm uma dialética simultânea de olho e fôlego, que, aliada à síntese ideogrâmica do significado, cria uma totalidade sensível "verbivocovisual", de modo a justapor palavras e experiência num estreito colamento fenomenológico, antes impossível.”

“Poesia-concreta: tensão de palavras-coisas no espaço-tempo.”

Numa consideração transdisciplinar, podemos retornar ao objeto da pesquisa e analisar o sistema de sinalização do comércio de conserto de geladeiras “Fica Assim”. Acredito que este sistema poderia ser uma manifestação do concretismo, iniciado no movimento poético, na sinalização. A análise poderia partir da exploração que o sistema faz do espaço mas aliar a esta faceta o conteúdo semântico possibilitado através do uso do espaço.



Fig. 48:

Serviço de conserto de geladeiras *Refrigeracao* “Fica” “Assim”, Niterói, RJ.

O nome do estabelecimento, sem levarmos em consideração o aspecto concreto, já é, por si, um nome peculiar, que subverte a questão formal de nomes de negócios e utiliza (retomemos brevemente a questão dos discursos informais) uma frase de bate-papo, de conversa, na nomenclatura. A frase é muitíssimo bem escolhida pois define o propósito do comércio e o resultado do serviço: “sua geladeira, após a contratação deste serviço, fica assim”.

O sistema é composto por letreiro indicativo (aéreo), totem indicativo móvel, localizado calçada da frente do estabelecimento, e dos totens indicativos internos, formado pelas duas geladeiras. Em todo o sistema além do nome do comércio, consta o número do telefone. No totem da calçada o criador inseriu um slogan: “14 anos de bons serviços”. Apesar da complexidade estrutural do sistema, composto de letreiro e de dois totens diferentes, acredito que o chamariz seja o totem interno, com estrutura formada por duas geladeiras.

Este item já comunica através do design estrutural pois o fato de o suporte ser formado de geladeiras, o serviço principal do estabelecimento, já insere o receptor no universo do comércio oferecido. Quanto ao tratamento estético dos suportes, em que a geladeira que carrega a palavra FICA está bastante danificada, com estragos na estrutura e pintura e a segunda geladeira, com a palavra ASSIM apresenta-se remodelada, com pintura refeita e aspecto novo. Este recurso estético de oposição dos objetos, como se exemplificasse um ANTES e DEPOIS inserido no próprio sistema de sinalização, funciona como um suporte estrutural que prolonga a informação textual, onde o que é dito no texto pode ser observado no suporte. O significante objeto (as geladeiras), aliado ao significante textual, forma o signo totem, de cuja leitura (ou semiose) pode-se inferir significados mais abrangentes e mais rapidamente do que se estivesse trabalhando com significantes separados.

A aplicação instintiva pelo criador da característica concreta de utilização do espaço físico (o suporte das geladeiras) como parte inalienável da mensagem textual faz deste sistema um exemplo de concretismo na sinalização informal. Os suportes da informação textual, as geladeiras, trabalham como telas (ou placas) que recebem o texto e o aspecto peculiar está no fato de serem telas separadas no espaço onde a informação da primeira tem sua continuação na segunda. Desta forma, os suportes funcionam numa determinada

organização espacial entre eles próprios e em relação ao entorno, pois a palavra REFRIGERAÇÃO, escrita na base de concreto onde as geladeiras estão posicionadas, também faz parte da informação textual deste item do sistema. Assim, para completar a informação textual e para dar completude estrutural ao item do sistema, temos a palavra REFRIGERAÇÃO. Esta aparece escrita fora da estrutura das geladeiras mas de forma que unifica as estruturas das mesmas em um totem (através da demarcação do espaço frontal ocupado pelas duas geladeiras) e completa a informação textual: REFRIGERACAO FICA ASSIM. Concluimos portanto que o signo (totem), formado pelos significantes estruturais (geladeiras) e textuais (palavras), possibilita a inferência de sentidos mais amplos, devido justamente à leitura conjunta da sobreposição de significantes.

### **3.8 - Bicycle wheels: Dada no cicle**

O movimento Dada pode ser definido de várias formas mas, essencialmente, foi um movimento de arte contra a 1ª guerra mundial, que iniciava na Europa. Alguns artistas e escritores, inconformados com a aceitação da guerra por parte da sociedade, resolveram criar um movimento de protesto, que seria melhor definido como um “não-movimento” idealizado por “não-artistas”, que por sua vez produziriam a “não-arte”. De grande importância também, na esfera da motivação do movimento, foi a percepção de que artistas Cubistas ou Impressionistas (movimentos anteriores e contemporâneos) estavam mais preocupados com a venda e com o lucro de suas obras, do que com a motivação da gênese dos movimentos, ou mais grave ainda, com a essência da Arte. Os Dadaístas estavam insatisfeitos com a conformidade e com a direção que a arte moderna estava tomando. Como protesto, como tentativa de chamarem atenção para as premissas da Arte, resolveram ir na direção oposta: criaram a “não-arte” ou a “anti-arte”, uma vez que, segundo eles, a arte não significava mais nada.





Fig. 49: Exemplo de arte

DADA: *Kleine Dada Soirée*, Theo van Doesburg (Christian Emil Marie Küpper) com Kurt Schwitters, 1922.

O movimento teve início por volta de 1915, no clube Cabaret Voltaire, em Zurich, e foi lá, numa reunião dos artistas que o nome DADA foi escolhido, aleatoriamente, de um dicionário. A palavra significa ‘cavalinho de brinquedo’ em francês, mas algumas correntes acreditam que possa ser somente uma alusão fonética ao universo infantil, e neste caso, DADA, não significa nada, é somente um som que as crianças emitem, ao iniciarem sua comunicação pela fala.

Uma outra facção do movimento, menos engajada em protestar contra a guerra e mais voltada para o lado de ruptura com a arte moderna da época, surgiu em Nova Iorque. Um dos artistas deste grupo norte americano que ganhou notoriedade foi o francês Marcel Duchamp, que chocou o mundo artístico com suas obras ‘READY-MADE’, as quais eram criadas com a utilização de objetos comuns, do dia-a-dia, mas com a utilização subvertida, e desta forma, tornavam-se objetos de “não-arte”. Um ‘READY-MADE’ caracterizava-se por ser um objeto manufaturado (ou criado) para um certo propósito mas sempre inserido

na obra (de não-arte) com sua motivação, seu porquê, subvertido. Não deixava, no entanto, de carregar a assinatura do ‘artista’. O resultado era uma obra de “não-arte”, acessível, ao alcance de todos, possível, cotidiana, real.



Fig. 50: Exemplo de arte DADA (readymade): *Fountain*, Marcel Duchamp, 1917.



Fig. 51: Exemplo de arte DADA (readymade): *L.H.O.O.Q.*, Marcel Duchamp, 1919. As letras aplicadas na base da reprodução da Mona Lisa, retocada com uma barba e um bigode, não significam nada em si mas lidas em voz alta, na língua francesa, significam “Elle a chaud au cul”, que em Português seria algo como “ela tem a bunda quente” - este detalhe jocoso é também uma das características da arte DADA.



Duchamp, que foi quem originou o conceito do 'READY-MADE', disse, certa vez:

“Dada is the nonconformist spirit that has existed in every century, every period since man is man.” (Dada é o espírito não conformista que existiu em cada século, em cada período desde que o homem é homem.) (DUCHAMP)

O que nos leva, nesta pesquisa, até o movimento DADA, nos anos 20 do século passado, e que nos trás de volta às ruas, nos dias de hoje, é o sistema de sinalização do cicle do Elias, no bairro do Ingá, em Niterói (curiosamente, instalado na mesma quadra, na mesma calçada do curso do mestrado - no departamento de Comunicação Social, estudos de pós-graduação, na UFF). Este sistema foi adicionado à pesquisa num dia quando chegava à aula, passava pela frente do cicle e vi a seguinte imagem:



Fig. 52: Totem de sinalização indicativa de cicle, Rua Tiradentes, Ingá, Niterói, RJ.

Ainda não era um signo do sistema de sinalização para mim. Este objeto, neste momento, foi a obra do Duchamp que havia sido trazida para ali, para uma 'exposição' diferente.



Fig. 53: Bicycle Wheel, Marcel Duchamp, 1913.

Georges Pompidou Center, Paris

Mas não. Era melhor ainda. Mais, muito mais. A obra que estava ali falava outra língua, tinha um universo distinto de Bicycle Wheel, do Duchamp. A relação deste objeto com uma bicicleta, com o ato de andar de bicicleta, com liberdade, com entusiasmo e espanto (num sentido aqui, totalmente positivo), era outra.

A roda do Elias, sinalização do cicle da Rua Tiradentes, é uma solução autenticamente pós-moderna, e que revive, sem intenção alguma, um ícone da arte DADA. Ao juntar um cone de trânsito, um aro de bicicleta pintado e inventar uma nova estrutura (com o intuito de reservar a vaga de carro em frente ao cicle e, ao mesmo tempo, divulgar o serviço) o criador conseguiu de forma muito inteligente uma solução de leitura (percepção) imediata. A utilização de elementos provenientes de sistemas de signos distintos, ao serem justapostos, formaram um novo signo, que por sua vez, também pertence a um novo sistema de signos. O novo signo continua, entretanto, com os significados dos sistemas anteriores (de origem). O cone de trânsito, significante do sistema de signos do código de trânsito, possui um significado conhecido para todos os motoristas e também para alguns pedestres: *proibido tráfego onde se encontra o cone/neste local/ "aqui"*. Por sua vez, o aro



da roda de bicicleta, pertencente ao sistema de códigos da bicicleta significa, de uma forma denotativa ou direta: *roda, pneu* mas também, de uma forma denotativa indireta, poderia significar *transporte, bicicleta, etc.* Com a junção dos dois signos o significado, também ancorado pelo posicionamento do novo objeto no espaço (espaço este próximo à entrada do cicle, na rua, em frente à porta) poderia ser: *CONCERTO DE BICICLETAS AQUI.*

“*CONCERTO DE BICICLETAS*” é o significado inferido a partir da parte correspondente ao aro da bicicleta no significante. “*AQUI*” é o significado inferido do cone de trânsito, a outra parte física do significante. O significado “*CONCERTO DE BICICLETAS AQUI*” é relativo à semiose feita a partir do significante (o novo objeto, o novo signo) criado pelo dono do cicle.

Sem a necessidade de utilizar palavras (significantes da linguagem escrita, do discurso escrito), ou seja, apenas através da utilização de signos visuais, o que torna a comunicação muito mais rápida e eficaz (e democrática), este comerciante solucionou de forma brilhante o problema de identificação do seu comércio e também a necessidade de ter espaço livre na sua porta para a entrada de clientes e suas bicicletas. Outra grande vantagem desta solução é a facilidade com que a peça pode ser transportada. No início do dia o comerciante a posiciona na vaga em frente ao cicle; no final do dia, a retira para dentro do estabelecimento. Esta facilidade do transporte foi pensada como solução ao fato do comércio em questão não ser legalizado junto à prefeitura e, portanto, não estar autorizado a possuir letreiros indicativos em sua fachada. A peça funciona como letreiro, burlando duplamente à prefeitura: não paga os impostos, e foi, provavelmente, “pega” na rua, proveniente de propriedade da prefeitura. A teoria das artes de fazer, do “desvio”, do Michel de Certeau encaixa-se como uma luva, onde o comerciante apropria-se do poder (personificado pelo cone da prefeitura) e subverte a função dos signos públicos para seu próprio benefício e de seu comércio.

É interessante observar como os dois signos se parecem e são soluções estruturais muito próximas. Contudo, não poderíamos dizer que suscitam significados aproximados. Os significantes são, inacreditavelmente, parecidos. Os significados, não. A arte do início do século passado, criada num outro continente, em outra situação, revivia, ali. E, além da

proximidade estrutural, outra coisa as unia, podemos dizer. O protesto, o desvio, a arte-de-fazer comunicação com o que se tem. E não só comunicação, mas sinalizar a que veio, o porque de existir.



Fig. 54: Totem de sinalização indicativa de cicle e o criador, o comerciante Elias, Rua Tiradentes, Ingá, Niterói, RJ.

De alguma forma, dialogando com a obra de Duchamp (que o dono do cicle desconhece), este totem de sinalização informal tem o uso dos objetos manufaturados, do cotidiano, subvertidos. Sua função é outra (como é outra a função da roda de bicicleta do Duchamp). Está além da comunicação e uso de cada objeto separado. Está onde este novo objeto torna-se um novo signo.

## CONCLUSÃO

Gostaria de concluir este trabalho com contrapontos.

No caminhar desta pesquisa pude observar como a criação nos sistemas de sinalização informal pode ser tratada com certa superioridade por algumas pessoas, ou, mais freqüentemente, como motivo de piadas.

Em junho de 2004, foi lançado pela Editora Abril um manual intitulado *O Brasil das Placas – Viagem por um país ao pé da letra*. O trabalho é uma coleção de fotos de placas “engraçadas, bem-humoradas, de duplo sentido ou cheias de *nonsense*.” O fotógrafo José Eduardo Machado colheu o material durante três anos e publicou o livro. Na época do lançamento, declarou: “É comum encontrar placas engraçadas, de duplo sentido para chamar a atenção. O brasileiro é de uma criatividade ímpar, dá um jeito de vender qualquer coisa. A base de tudo é o humor, é mostrar essas coisas que são muito brasileiras.” O enfoque era o riso e que o profissional fotografou em suas viagens foram placas com erros de português ou com textos e diagramações que pudessem ser lidos como material engraçado. Uma das placas do livro, localizada na Ilha da Coroa em Alagoas, traz o texto: “SI VENDE FILE DE CIRI”. A chamada do texto publicitário na página de Internet criada para as vendas *online* do livro dizia: “Atenção: risadas à frente.” “Compre o livro e dê muitas, muitas risadas”.

Outro projeto, este mais recente, mas com o mesmo viés cômico, é o site PLACAS RIDICULAS (<http://placasridiculas.tripod.com.br>) onde podemos acessar imagens (fotografias) de placas provenientes do mundo inteiro. O objetivo, acredito, é que seja um espaço *online* onde se possa reunir o maior número possível de placas com mensagens engraçadas e inusitadas. Outra manifestação inversamente proporcional à nossa intenção nesta pesquisa.

Entretanto, não gostaria de ser radical e não reconhecer que os objetivos do autor e do site foram alcançados. É realmente engraçado ver as fotos e ler as mensagens das placas. Mas, de volta a pesquisa, a proposta foi de provocar um olhar diferente. Acredito que propusemos aqui um olhar de respeito a estas placas, ou também, claro, aos criadores das mesmas. Um olhar que não diminui ou ridiculariza o brasileiro que não teve total acesso à

educação e que escreve errado e se expressa de forma não usual. Um olhar que valoriza o fato deste brasileiro se inserir num contexto comercial, de saber detectar a necessidade de comunicação, de ter a ousadia de criar uma placa com uma mensagem para fomentar seus negócios. Este comerciante, pode ser, tenha se baseado em modelos de placas já existentes no mercado e que foram produzidas por designers profissionais. Mas existe, certamente, em suas soluções uma contribuição criativa que é dele. Devemos, portanto, valorizar esta rara ousadia de se lançar numa área (de conhecimentos, de práticas de sinalização) diferente da sua - até por pura falta de opção - e criar a mensagem, a placa, o sistema.

Num trecho do livro *Conformismo e Resistência*, a socióloga Marilena Chaui ressalta a vantagem da dualidade presente na junção do popular com o erudito:

“É possível observar que nas discussões brasileiras a cultura popular oscila incessantemente entre um ponto de vista Romântico e um outro, Ilustrado. Em certos casos prevaleceu o segundo ponto de vista, em outros, o primeiro, porém os casos mais interessantes são aqueles nos quais os pontos de vista tentam uma conciliação: a Razão “vai ao povo” para educar sua sensibilidade tosca, e o Sentimento “vai às elites” para humanizá-las.” (1989, p. 20)

Proponho que nós, designers brasileiros neste início de século, busquemos também o equilíbrio em nossas soluções. Que possamos usar, em proporções contrabalançadas, o que é acadêmico, tecnológico e também o que é popular, criativo, intuitivo. O espaço acadêmico nos dá lastro epistemológico. As ruas, o povo, o popular, nos dão asas. Nós somos o povo, afinal.

Alfredo Bosi, em *Dialética da Colonização*, escreveu:

“A universidade é o lugar em que a cultura se formaliza e se profissionaliza precocemente. Tecnicista, ou mesmo crítica, essa cultura chega logo à cunhagem de fórmulas e se nutre dessas fórmulas até que sobrevenham outras que as substituam.” (1993, p. 320)



Gostaria ainda de pensar que esta pesquisa, como aconteceu comigo, possa auxiliar olhares, possa direcionar percepções para um mundo de comunicação em sinalização que habita o popular. O nosso popular: brasileiro e criativo.

### **O “artesanato da comunicação”**

O sociólogo americano Richard Sennett, em *A Cultura do Novo Capitalismo*, expôs os danos à sociedade do excesso de informação gerada pela tecnologia a que se confronta, dia após dia. Segundo a reflexão do autor, este excesso ameaça tornar passivos seus destinatários. Ele discorre o seguinte texto sobre a utilização do iPod, uma pequena máquina que tem capacidade de arquivar dados digitais ou até 10.000 canções no formato MP3:

“(…) No tipo de instituição MP3, grandes conjuntos de dados são centralizados e ordenados, circulando sem serem amalgamados. A informação mantém-se intacta na tela na forma de e-mails ou dados numéricos. À medida que aumenta o volume dessa informação, o destinatário passa a reagir menos a ela, chegando com efeito a desligar-se, do ponto de vista interpretativo. Uma transação do tipo texto-mensagem, além disso, muito pouco se assemelha a uma conversa; sua linguagem é mais primitiva, sendo eliminados na tecnologia os silêncios que indicam dúvida ou objeção, os gestos irônicos, as digressões momentâneas – tudo que faz a comunicação mútua. **Sempre que vem a ser institucionalizada rigorosamente, a tecnologia desabilita o artesanato da comunicação.**” (SENNETT, p. 157)

Ao ler o texto, as questões do excesso de informação e também de tecnologia, fizeram-me refletir sobre este trabalho. Principalmente a última frase, que menciona a possibilidade de que o “artesanato da comunicação” possa vir a desabilitar, ou até terminar com o que há de mais natural entre nós, a nossa comunicação. Gostaria de acreditar que, numa escala ínfima, este trabalho possa ter colaborado para que o *artesanato da comunicação* seja percebido de outras maneiras. Para que, mesmo entre tanta tecnologia na sinalização profissional, letreiros luminosos, tvs de plasma, *frontlights*, *backlights*, impressão digital em enormes formatos, envelopamento de frotas, letreiros digitais, etc., estes exemplos que pensamos

aqui, criados por comerciantes informais, possam ser exemplos de resistência, não só ao sistema capitalista mas também e, principalmente, ao fim de uma comunicação mais sincera, mais espontânea. Acredito que os aspectos do discurso da comunicação mútua que o Sennett não vê mais nas mensagens textuais dos e-mails – aspectos negativos até, pois “os silêncios que indicam dúvida ou objeção, os gestos irônicos, as digressões momentâneas” podem ser considerados ruídos na comunicação interpessoal – estão presentes nos sistemas reunidos neste trabalho. São ruídos também e nem sempre colaboram na leitura ou são percebidos com facilidade ou com respeito. Mas fazem parte da sinalização informal. E o que outros olhares podem ver como erro numa placa ou letreiro, não consideraria erro nos sistemas presentes neste trabalho. Formas diferentes de sinalização, da sinalização informal, transpõem erros e realizam comunicação. Com arte. Com astúcia. Com coragem.

Anna Flávia Santos

Pendotiba, Niterói. Fevereiro de 2007.

## BIBLIOGRAFIA

- ABC da ADG – Glossário de termos e verbetes utilizados em design gráfico. São Paulo: 1998.
- AUGÉ, Marc. *Não-Lugares. Introdução à uma antropologia da supermodernidade*. 4ª ed. São Paulo: Papirus, 2004.
- BACHELARD, Gaston. *A Poética do Espaço*. Rio de Janeiro: Eldorado Tijuca, -.
- \_\_\_\_\_. *A Poética do Devaneio*. 1ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
- \_\_\_\_\_. *O Novo Espírito Científico*. 2a. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1995.
- BARTHES, Roland. *A Aventura Semiológica*. 1ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Elementos de Semiologia*. São Paulo: Cultrix, 1971.
- \_\_\_\_\_. *Mitologias*. Rio de Janeiro: Difel, 2003.
- \_\_\_\_\_. *O Óbvio e o Obtuso*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2004.
- BAUMAN, Zygmunt. *Globalização. As conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.
- \_\_\_\_\_. *O Amor Líquido. Sobre a fragilidade dos laços humanos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.
- BOSI, Alfredo. *Dialética da Colonização*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- CAMPOS, Augusto de. *Poesia Concreta*. Disponível em <http://www2.uol.com.br/augustodecampos/poesiaconc.htm>. Acesso em 11 janeiro 2007.
- CARDOSO. Rafael. *Uma Introdução à história do design*. 2ª ed. São Paulo: Editora Edgard Blucher, 2004.
- CERTEAU. Michel de, *A Invenção do Cotidiano, Artes de fazer*. 10ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes Editora, 1994.
- CHAUI, Marilena. *Conformismo e Resistência - Aspectos da Cultura Popular no Brasil*, São Paulo: Brasiliense, 1989.
- CITELLI. Adilson, *Linguagem e persuasão*. São Paulo: Editora Ática, 1991.
- DAMATTA. Roberto, *A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- ECO, Umberto. *As Formas do Conteúdo*. Editora Perspectiva, São Paulo, 1974.
- FISCHER, Ernst. *A Necessidade da Arte*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1971.

- FRUTIGER, Adrian. *Sinais e Símbolos*. 1ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- GIDDENS, Anthony. *Mundo em Descontrole - O que a globalização está fazendo de nós*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- GOMBRICH, E. H. *The story of art*. 16<sup>th</sup> ed. London: Phaidon, 1995.
- HARVEY, David, *Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. 6ª ed. São Paulo: Loyola, 1996.
- HELLER, Agnes. *O Cotidiano e a História*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1972.
- HOLLIS, Richard. *Graphic Design: a concise history*. London: Thames and Hudson World of Art, 2002.
- JAMESON, Fredric. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática. 1997.
- JEAN, Georges. *A Escrita, Memória dos Homens*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1987.
- JUNG, Carl. G. *O Homem e seus Símbolos*. 13ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991.
- LUPTON, Ellen. *Mixing Messages: graphic design in contemporary culture*. New York: Princeton Architectural Press, 1996.
- MAFFESOLI, Michel. *A Parte do Diabo: Resumo da subversão pós-moderna*. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- MANIFESTO DA POESIA CONCRETA. *REVISTA AD - Arquitetura e Decoração*. São Paulo, Novembro/Dezembro de 1956, nº 20.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. *Fenomenologia da Percepção*. 2ª ed., São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- MUCCI, Latuf I. *Verbete: Semiótica*. Disponível em <http://www.fcsh.unl.pt/edtl/verbetes/S/semiotica.htm>. Acesso em 11 outubro 2007.
- MUCCI, Latuf I. *Verbete: Semiologia*. Disponível em <http://www.fcsh.unl.pt/edtl/verbetes/S/semiologia.htm>. Acesso em 11 outubro 2007.
- PEDROSA, Israel. *Da cor a cor inexistente*. Rio de Janeiro: Léo Christiano Editorial Ltda., 1977.
- PINTO, Julio. *1, 2, 3 da Semiótica*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1995.
- SENNETT, Richard. *A cultura do novo capitalismo*. São Paulo: Editora Record, 2006.
- TRUELOVE, James G. *This Way – Signage Design For Public Spaces*. USA: Rockport, 2000.





"A tática não tem por lugar senão o do outro. E por isso deve jogar com o terreno que lhe é imposto tal como o organiza a lei de uma força estranha. Não tem meios para se manter em si mesma, à distância, numa posição recuada, de previsão e de convocação própria: a tática é movimento dentro do campo do inimigo e no espaço por ele controlado. Ela não tem portanto a possibilidade de dar a si mesma um projeto global nem de totalizar adversário num espaço distinto, visível o objetivável. Ela opera golpe por golpe, lance por lance. Aproveita as "ocasiões" e delas depende, sem base para estocar benefícios, aumentar a propriedade e prever saídas. O que ela ganha não se conserva. Este não-lugar lhe permite sem dúvida mobilidade, mas nenhuma docilidade aos azares do tempo, para captar no vôo as possibilidades oferecidas por um instante. Tem que utilizar, vigilante, as falhas que as conjunturas particulares vão abrindo na vigilância do poder proprietário. Aí vai caçar. Cria ali surpresas. Consegue estar onde ninguém espera. É astúcia."

Michel de Certeau  
*A Invenção do Cotidiano*

