

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC/SP

Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica

Gráfico Ambiental: típicos e tópicos

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em Comunicação e Semiótica – Signo e Significação nas Mídias, sob a orientação do Professor, Doutor Nelson Brissac Peixoto

Eduardo Louis Jacob

São Paulo - 2007

> Banca Examinadora

> Agradecimentos

A tantos e todos
textos ocultos.

À minha esposa,
pela ajuda, amor e companhia.

À minha mãe,
pela paciência na ausência.

À SO,
pelo suporte.

Ao Prof. Dr. Nelson Bessac Peixoto,
pelo apoio e incentivo do começo ao fim.

Ao Grupo de Pesquisa ESPACC,
pelos conhecimentos compartilhados.

Aos outros,
sem menção.

"Comunicação não é uma simples operação de transmissão como se supõe a priori. É muito mais do que isso: ela é ao mesmo tempo o espaço e a ferramenta por meio da qual a realidade é forjada."

Fred Forest

> Resumo

O aparecimento do Gráfico Ambiental no contexto urbano é um fenômeno cuja ocorrência é cada vez mais notada. Uma vez conceitualmente desgarrado da Comunicação Visual, adquire consistente evidência em suas manifestações, o que lhe permite idealizar um comportamento independente até alcançar um modo próprio de operar.

O acesso às estratégias construtivas do Gráfico Ambiental torna possível efetivar as descrições que promovem sua especialização. A abordagem conceitual é empreendida entre a organização do material com seus códigos mesclados e a composição do entorno espacial, responsáveis pelas articulações das categorias de leitura do texto elaborado. O Gráfico Ambiental necessariamente relaciona gráfico com espaço em sua sintaxe.

A pesquisa tem como objetivo reconhecer e relatar o fenômeno do Gráfico Ambiental, avaliando suas possibilidades de configuração e de distribuição espacial, que, conjuntamente, elaboram o perfil de uma linguagem típica que procura relacionar o aspecto visual do gráfico com o meio tópico. Entre o aspecto construtivo do material e a interpretação há o trajeto percorrido pelo observador na tomada de contato com o texto inscrito, em que atuam as instâncias de apreensão deste espaço experimentado. Neste contexto, são analisadas as relações entre imagem e ambiente e deste último com a informação, consolidando marcos referenciais que orientam a navegação por esse tortuoso caminho .

Amparado por noções coletadas na prática diária, o trabalho recorre ao apoio teórico da semiótica e à colaboração da fenomenologia para fundamentar essa base empírica, assim como construir compreensivamente relações de sentido, ao mesmo tempo em que se apóia em autores cuja trajetória investigativa tangencie a temática em seus escritos.

Além de permitir o reconhecimento do Gráfico Ambiental, o estudo serve ao propósito de embasar o seu procedimento analítico em um raciocínio lógico com viés pragmático que permita dispor o observador como participante ativo do processo de feitura do Gráfico Ambiental. Substituindo o observador, isso é atingido através de leituras de exemplos extraídos do contexto urbano, funcionando como atestados práticos de uma observação elaborada.

Palavras-Chave: Comunicação; Espaço; Ambiente; Imagem; Informação; Gráfico Ambiental

> Abstract

The advent of the Environmental Graphic in the urban context is a phenomenon whose occurrence is being increasingly noticed. Once it is conceptually detached from Visual Communication it acquires consistent evidence in its manifestations permitting to idealize an independent behavior until it reaches its own *modus operandi*.

The access to the Environmental Graphic's constructive strategies makes it possible to put in place the descriptions that promote its specialization. The conceptual approach takes place between the organization of the material, with its mixed codes, and the composition of the spatial surrounding, responsible for the articulation of the text's interpreting categories. The Environmental Graphic relates graphic and space in their syntax.

The objective of the research is to recognize and report the Environmental Graphic phenomenon, assessing its configuration and spatial distribution possibilities, which, jointly, create the profile of a typical language that tries to relate the graphic's visual aspect with the topical medium. Between the constructive aspect of the material and the interpretation there is the path covered by the observer to get in touch with the text inscribed, where the instances of seizure of this experimented space act. In this context, relations between image and environment and the latter with information are analyzed as referential landmarks orienting the navigation across this winding pathway.

Supported by notions captured in the daily practice, the work turns to the theoretical support of semiotics and the collaboration of phenomenology to fundament this empiric basis, such as comprehensively constructing sense relations while it relies on authors whose investigative trajectory runs tangent to their writings' thematic.

In addition to allowing the recognition of the Environmental Graphic, the study is useful to draw a base for its analytical procedure in a logic reasoning with a pragmatic bias that enables placing the observer as an active participant of the Environmental Graphic's designing process. Substituting the observer, this is achieved through examples extracted from the urban context, functioning as practical proofs of an elaborated observation.

Key words: Communication; Space, Environment, Image; Information, Environmental Graphic

> Sumário



Introdução

08

Diagrama Percurso da Pesquisa

14

[capítulo 1]

Definições

15



[1.1] Ponto de Partida

16

[1.2] Origem da pesquisa

18

[1.3] Gráfico Ambiental

22



[1.3.1] Espacial: parcial e relacional

23

[1.3.2] Lugar, significação e interpretação

26

[1.3.3] Evolução do Gráfico Ambiental

30

[1.3.4] Como atua o Gráfico Ambiental

32

[1.3.5] Composição do Gráfico Ambiental

38

[1.3.6] Cadeia de trabalho do Gráfico Ambiental

42

[1.4] Contornos do campo

45



[1.4.1] Por dentro da Comunicação Visual

45

[1.4.2] Na ponte com o Design

47

[1.4.3] Convivendo com a Arquitetura

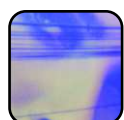
52

[1.4.4] Propaganda e Instrumental

55

[1.4.5] Fixo entre Fluxos

58



[capítulo 2]

Relações

60

[2.1] Estabelecendo relações no meio do caminho

61

[2.2] Relação entre imagem e paisagem

64

[2.2.1] A passagem da paisagem em imagem

64

[2.2.2] O surgimento da paisagem

65

[2.2.3] A captura da paisagem

67

[2.2.4] Paisagem não é o mesmo que espaço

71

[2.2.5] Entre a técnica e a tecnologia: visualidades inauguradas

73

[2.2.6] A aventura informacional

74

[2.3] Relação entre ambiente e informação

79

[2.3.1] Interação e entorno

80

[2.3.2] Crenças e hábitos

82

[2.3.3] Palavra breve

84

[2.3.4] Ideologia e estereótipo

85

[2.3.5] Memória e cultura

87

[2.3.6] Informação disponível

88

[2.3.7] Do processamento da informação ao processo de significação

90

[capítulo 3]

Operações

93

[3.1] Ponto de Chegada

94

[3.2] Textos gráfico-ambientais

95

[3.3] Leituras do mundo

98

[3.4] Operações de leitura gráfico-ambiental

100

Considerações Finais

115

Referências

120

Lista de figuras

127

Introdução >



“Não venham com problemática que eu tenho a ‘*solucionástica*’ [sic]” diz a prosaica sabedoria de um famoso jogador de futebol. Por mais bizarra que soe a expressão, seu significado é perfeitamente compreensível. Sabemos que o termo correto é “solução”, mas a simplicidade (e sagacidade) desprestigiada deste deslize ortográfico é justamente indicar, sem esforço e com humor, que para cada problema corresponde uma solução específica. Por isso a expressão torna-se tão cativante. Pois bem, pela frente há uma problemática e tanto à procura de uma “*solucionástica*” à altura.

Benjamin (2006:988) reconhecia, já nas primeiras décadas do século 20, que os luminosos nas cidades eram um novo tipo de escrita. A bem dizer, a descoberta da presença do luminoso nas ruas de Paris aconteceu simultaneamente à sua percepção de que um novo tipo de discurso e outra escritura advinham daí. Analogamente, o aparecimento do Gráfico Ambiental, cuja ocorrência é examinada nessa pesquisa, busca sua especificidade não só nos traços de sua existência, mas principalmente no reconhecimento da sua condição original de inscrição gráfica, possibilitada pela articulação de uma linguagem típica, emanada por aparelhos técnicos e um modo de produção inexistentes até há pouco tempo. Já nos ensinou McLuhan (1969), que o conteúdo de um meio novo é o meio que o precede e, até em função disso, nesse momento da pesquisa não importa tanto o que é inscrito, pois insistir no caminho dessa distinção pode confundir alguns preceitos em aferição e conduzir a especulações que mais referenciaríamos outros meios. Importa é como se inscreve e como são os roteiros de legibilidade que o meio utiliza para transmitir esse conteúdo.

O que esta pesquisa se propõe é o reconhecimento do Gráfico Ambiental como meio especializado dentro da Comunicação Visual, desenvolvido para dar forma e vazão a um discurso que se quer manifestar espacialmente. Os poucos dados sobre o assunto, na maior parte das vezes, encontram-se dispersos e raramente concentrados. Há aqui a preocupação de reuni-los no limite das discussões pautadas. A extensão da análise está circunscrita à intenção de espalhar o olhar pelo assunto e, ao mesmo tempo, acolher os conceitos mais pertinentes ao eixo de observação aqui proposto, desvelando os indícios mais comuns de sua emergência. Mais do que investigar os alicerces do campo em sua máxima profundidade e alcance, procurou-se reconhecer e descrever o fenômeno em sua organização e manifestações.

Desta maneira, a pesquisa pretende introduzir uma base epistemológica que dialogue com as principais linhas comunicacionais, com o objetivo de traçar um mapa de momento, aproximado e sempre suscetível a mudanças, dos contornos do campo

pesquisado, partindo dessa tomada conceitual. Tal qual a maneira de um tecelão que constrói sua trama a partir de um esquema nodal, o desenlace da tessitura conceitual é dado a partir da orientação do pensamento, que é o vaguear de nó em nó. Procedimento que em grande parte caracteriza o método heurístico, vinculando descobertas à teoria, estabelecendo conexões entre os eventos e “trabalhando dedutiva [do geral para o particular] e indutivamente [através de casos particulares e buscando o seu princípio geral] da teoria para o objeto de pesquisa e deste para aquela” (Ferrara. 1981:xiii). O método heurístico permite “a iluminação recíproca entre o objeto de estudo e o arsenal de informações de que dispõe o pesquisador” (*id. ibid.*:xiii) ensejando a descoberta através de novos problemas que surgem no decorrer da pesquisa. Desta feita, acredito mesmo que a verdadeira qualidade do texto está em indicar e descrever o caminho sinuoso, esse sim merecedor de reflexão, que leva da dúvida ao entendimento, e de novo à dúvida, e da prática ao conceito, e de novo à prática.



Fig. 1 - Gráfico Ambiental do goleiro alemão Oliver Kahn atravessa a rodovia de acesso ao aeroporto de Munique, durante a copa do mundo.

É preciso aqui chamar atenção para o destaque que tem o conceito de sistema nesta pesquisa. Ontologicamente, o Gráfico Ambiental é de natureza sistêmica. A abordagem sistêmica lida com um pressuposto essencial nesta pesquisa, como o caso dos componentes em modificação constante, engendrando novas qualidades. Isso consolida a noção de que um sistema não é uma entidade estável, mas processual, dinâmica e deve ser encarado em uma dimensão do *todo integrado*. O biólogo Ludwig von Bertalanffy define sistema como um conjunto de elementos em inter-relação entre si e o ambiente. Para ele (1975:60):

[...] enquanto no passado a ciência procurava explicar os fenômenos observáveis reduzindo-os à interação de unidades elementares investigáveis independentemente umas das outras, na ciência contemporânea aparecem concepções que se referem ao que é chamado “totalidade”, isto é, problemas de organização, fenômenos que não se resolvem em acontecimentos locais, interações dinâmicas manifestadas na diferença de comportamento das partes quando isoladas ou quando em configuração superior, etc. Em resumo, aparecem sistemas de várias ordens que não são inteligíveis mediante a investigação de suas respectivas partes isoladamente.

O cineasta Sergei Einsenstein (2002) em sua busca por um sistema básico para métodos de expressividade cinematográfica afirmava que a experiência com elementos isolados do cinema não podia ser mensurada. Ele elabora a sua teoria da montagem a partir do conceito de plano, recorrendo a metáforas arquitetônicas (tijolos, blocos de construção) e principalmente biológicas para explicar, através da compreensão dinâmica das coisas, que o plano não é um elemento do filme mas, sim, uma célula do filme e que, como elas, em sua divisão, formam um fenômeno totalmente distinto de outra ordem, que é o organismo, o plano caracterizaria a montagem pela colisão ou o conflito de duas peças em oposição entre si. Isso nada mais é do que a clássica analogia de sistema dinâmico integral como o exemplo da célula que, no sentido material, é composta de vários componentes químicos, como proteínas, ácidos nucleicos, etc. Cada um desses compostos pode ser considerado como um produto químico inerte, sem vida. Esses, ao interagirem, formam um todo, uma célula que tem as características de seres vivos: capacidade de metabolização, crescimento, reprodução etc. – que são fruto da integração e da interação.

Admitindo-se que o Gráfico Ambiental transmita um discurso em um ambiente percebido pelo observador, inferimos sua estrutura, conforme Debray (1995:23) apresentou, pelo sistema composto do médium, formado pelo suporte material, o dispositivo de gravação e o procedimento geral mais o meio-tópico em que se insere este médium. O resultado desse conjunto é o Gráfico Ambiental.

O Gráfico Ambiental consolida a sua linguagem pela especificidade de sua construtibilidade. É inviável que ao arranjar um texto comunicacional, os códigos presentes nessa linguagem não sejam confrontados com a organização construtiva desse conjunto. Por isso falamos nessa pesquisa em uma linguagem típica identificada pela combinação dos códigos em um sistema que é firmado pelo meio-tópico, que atua como (segundo) suporte e indicador de linguagem ao mesmo tempo.

Nada disso é novidade. McLuhan (1969:75) já especulava a possibilidade do surgimento de novas significações quando do encontro de dois sistemas ao lançar o conceito do:

híbrido ou o encontro de dois meios, que constitui um momento de verdade e revelação do qual nasce a forma nova. Isto porque o paralelo de dois meios nos mantém nas fronteiras entre formas [...] O momento de encontro dos meios é um momento de liberdade e libertação do entorpecimento e do transe que eles impõem aos nossos sentidos,

indicando que os sistemas não estão isolados e sim se misturando, em convergência, gerando algo novo capaz de mobilizar nossa percepção.

O Gráfico Ambiental é operado por agenciamento de relacionamentos. Nessa lógica de funcionamento, construir é gerenciar a interação entre cada elemento e o contexto, à medida que este envolvimento é consolidado no sistema; de modo que o próximo elemento se relacione com o anterior e com o contexto ao mesmo tempo. Vale ressaltar que cada relacionamento pode vir de esferas conceituais diferentes, não sendo arbitrado *a priori* nenhum roteiro construtivo, desde que o resultado obtido esteja em consonância com a intenção construtiva do organizador. Isso equivale a dizer que não há apenas um jeito para se construir, mas muitos. A estratégia construtiva é revelada ao observador apenas ao final do processo.

O *Capítulo 1* desenvolve e explica o Gráfico Ambiental, nas encruzilhadas dos referenciais teóricos e práticos, revelando progressivamente as suas características. Também pretende identificar seu posicionamento perante outras áreas, sendo selecionadas para análise as três que tangenciam e trafegam com mais frequência entre as fronteiras influenciando e muitas vezes condicionando sua produção: o *design*, a arquitetura e a propaganda. Nesse capítulo é revelado também como se deu o início das preocupações pelo objeto em estudo que culminaram neste trabalho.

As relações explicitadas nesta pesquisa foram identificadas como as principais balizadoras conceituais para o entendimento do fenômeno. Entre estas, a relação entre imagem e ambiente em combinação com a informação desempenha uma importância fundamental na tomada conceitual geral do trabalho. A pesquisa assume essa combinação como principal responsável daquilo que pode resultar em alteração da percepção das variáveis ambientais e conseqüentes mudanças comportamentais nos indivíduos. Ao se deslocar novos elementos visuais para lugares primariamente tipificados a partir de outra lógica informacional, regenera-se o manancial de significados presentes nestes lugares, estimulando a reprogramação de sua significação e promovendo paisagens velhas à

informação nova. A partir daí são compreendidos os conceitos seminais de entorno, contexto e ambiente. Neste trabalho, o Gráfico Ambiental, como tecnologia a serviço da informação, desempenha o papel de agente transformador.

Para entender essa transformação, este trabalho proporciona uma plataforma expositiva no *Capítulo 2* que investiga, ao mesmo tempo em que contextualiza, os momentos de construção dos principais termos e conceitos que servem de fundamentação para esta pesquisa, buscando na história e na cultura as raízes das articulações entre eles. A relação entre imagem e ambiente é discutida através da evolução da noção de paisagem e como ela aparece no contexto das representações visuais. A paisagem é uma imagem mental que remonta a tempos imemoriais. É no movimento histórico de se fazer representada que adquire expressão própria. No rastro desse debate, a ligação entre ambiente e informação tem sua importância ressaltada para o desenvolvimento da idéia de ambiente informacional.



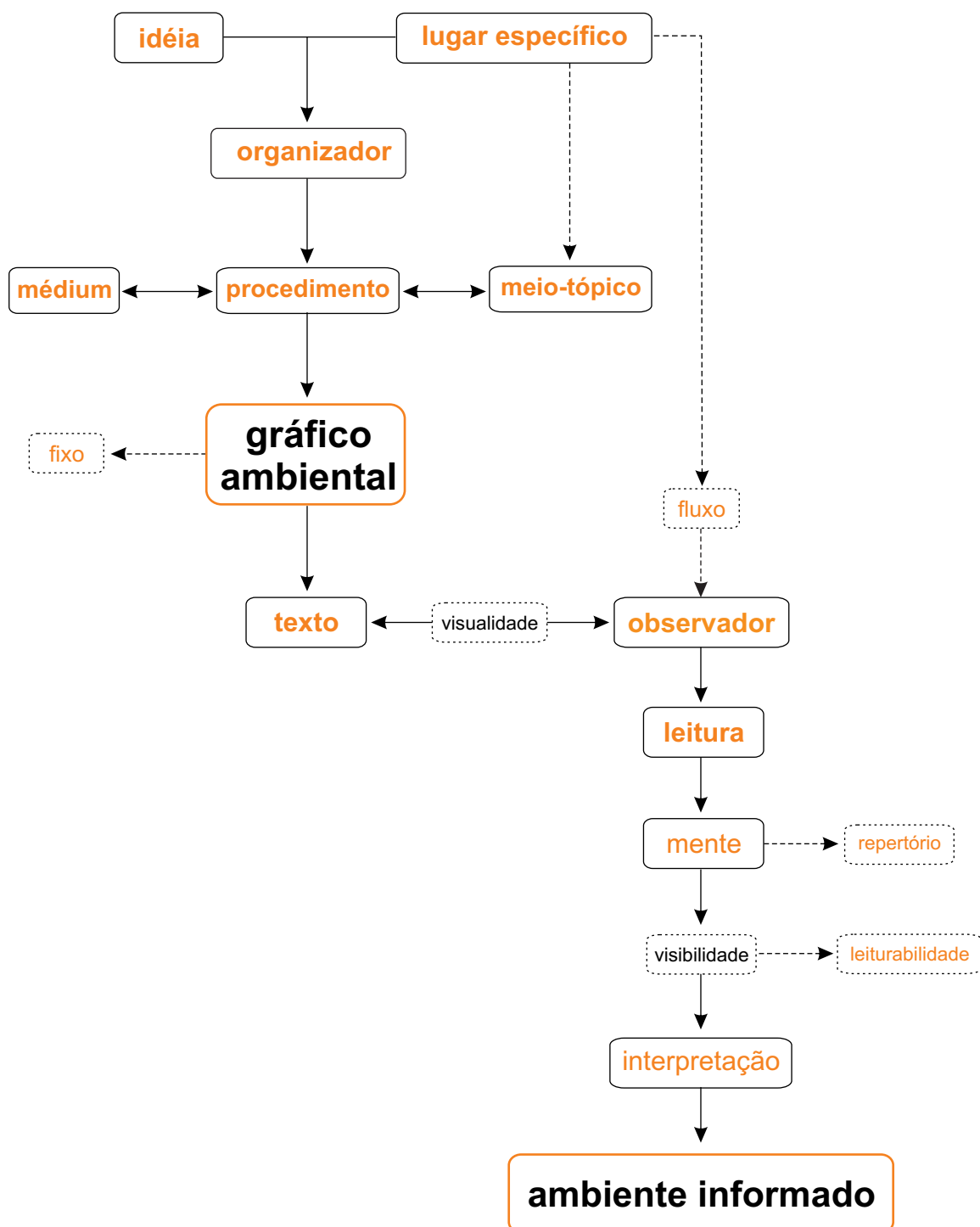
Fig. 3 - Gráfico Ambiental substituindo a arquitetura em fachada de edifício em Barcelona.

Os conceitos desenvolvidos nesse capítulo mapeiam a rota seguida pelo pesquisador e se prestam à sustentação teórica do trabalho. O profissional que lida com o Gráfico Ambiental precisa construir um repertório de conceitos bem definido, além de ser dotado de uma visão panorâmica das particularidades que marcam outros campos de atuação, amplo conhecimento de materiais e processos construtivos envolvidos em todo o processo de pensar e organizar o trabalho, sem os quais dificilmente haverá evolução. Não basta possuir senso estético aprimorado ou talento em *design*. Todavia, pouco adianta ter essa bagagem de conhecimento, se este não se vincula ao manejo prático desse profissional. Em virtude disso, esta pesquisa procura identificar sempre que possível os vínculos entre conceito e prática na produção do Gráfico Ambiental.

A pesquisa tem seu desfecho no *Capítulo 3*, em que se praticam leituras de Gráficos Ambientais em alguns exemplos selecionados. A leitura é utilizada no sentido de decodificação, de buscar o código e sua sintaxe. Essa operação de leitura procura indicar e sublinhar os aspectos mais relevantes que marcaram a construção daquele Gráfico Ambiental, a construtibilidade, suas ferramentas e estratégias, tanto pelo médium como pelo meio tópico. O caminho investigativo desta pesquisa tem na interpretação a sua parada final. O que deriva dessa interpretação é deixado a cabo do observador.

A pesquisa que resultou em *Gráfico Ambiental: típicos e tópicos* é o desdobramento de um trabalho pautado na prática. Uma vez que trabalhamos com idéias ainda em formação, conceitos em transformação, é de se esperar (ou desejar) que as formulações aqui contidas sofram modificações com o tempo. Permanecerá, no entanto, como atestado reflexivo de uma conduta investigativa.

> Percurso da Pesquisa



Capítulo 1 >



[1.1] Ponto de Partida

Às vezes, parafraseando Deleuze (2005), precisamos “inventar uma palavra bárbara para dar conta de uma noção com pretensão nova”. O emprego neste trabalho de uma terminologia pouco conhecida não vem do desejo de batizar algo novo, mas essencialmente por duas necessidades inadiáveis: discriminar e especializar. Neste caso, a expressão *trazer à tona* seria mais adequada e preferível à idéia de invenção, uma vez que o termo escolhido e também título deste trabalho, até por ser corrente em outras paragens, já circulava desgovernado por aqui.

De tal forma está disseminada a prática da Comunicação Visual pelos mais variados modos de produção que, se não se produzir um termo mais especializado para a área em foco, as interpretações continuariam demasiadamente difusas e subjetivas. Como usar a palavra *veículo* sem explicar do que se trata, se de automóvel, trem, avião, carroça ou motocicleta? Ainda numa analogia que melhor se avizinha, lançar mão da expressão *artes visuais* sem especificar se é cinema, pintura, fotografia, etc. O curioso é que não há o uso corrente da expressão Comunicação Verbal como designação da fala e das linhas escritas em todas as suas práticas, analogamente ao campo do visual. O exemplo da literatura e sua produção em forma de livro expõe a especificação sempre em prática nessa área.

Para efetivar essa discriminação estabelecem-se diferenças. Logo de saída, para incitar um ganho de identidade, adota-se uma nomenclatura emprestada de outra língua para, em seguida, valer-se da análise qualitativa e comparativa entre representações visuais, a partir dos seus recursos construtivos e suas manifestações culturais. Aqui, a observação atenta e o conhecimento da sintaxe desses sistemas permitirão destacar as características determinantes das suas especificidades, evidenciando similaridades e diferenças.

A busca da especialização pode ser resumida pela condição de proporcionar tratamento à parte, criando situações que permitam observar o fenômeno em suas características mais proeminentes, possibilitando estudos mais particularizados. Embora a especialização traga embutida a idéia de perícia e excelência em uma situação de complexidade crescente, não é esse o espírito que se busca.

A idéia em voga está atrelada ao reconhecimento de que há um território estabelecido pelo Gráfico Ambiental dentro dos domínios da Comunicação Visual. Para se fazer valer do conceito de Deleuze (2003:218), um território não fixo, mas rastreável, dotado de contornos irregulares e formado por agenciamentos, situação que exige múltiplos

agentes, múltiplos campos de força, sempre baseada na dinâmica e não nas estruturas. Território esse componente de um mapa sempre suscetível de mudanças, (Duarte. 2002:15) numa condição que não trata de extrair constantes a partir de variáveis, porém de colocar as próprias variáveis em estado de variação contínua (Deleuze. 2003:36). Nessa situação, o que ocupa e caracteriza esse território é o deslocamento e não a fixação. Deleuze diz que o território só vale em relação a um movimento através do qual se sai dele. Os agenciamentos levam o Gráfico Ambiental a visitar o *design* gráfico, a arquitetura, o *design* ambiental, a arte, a propaganda, a cibercultura, o *design* de produto, entre outras áreas. Em cada necessidade, em cada elaboração, uma visita diferente. Ao retornar, um território diferente à sua espera. Nesse território pleno de modificações e ressignificações, em que um elemento não subsiste sem o outro, é que estão sendo plasmados, na contemporaneidade, as bases dos processos de convergências e integrações entre novos e velhos meios.

O que se segue é o relato dessa experiência de me encontrar *com* e *nesse* território. Perceber aos poucos que existe lógica, racional e sensível, que permeia a construção do Gráfico Ambiental. Uma lógica que se sofisticava à medida em que expande seus horizontes práticos e conceituais e angaria adeptos em outros sistemas.

[1.2] Origem da pesquisa

O desenvolvimento da tecnologia e a crescente importância de suas aplicações em nosso cotidiano deram a tônica ao século que passou. Percebemos facilmente que participamos de uma nova ordem, na qual a tecnologia tem forte presença. As novas tecnologias, integradas principalmente à computação, elaboram um complexo sistema de conhecimento que se preocupa, de um lado em desenvolver maiores e melhores facilidades para o ser humano, ampliando o conforto material no nosso dia-a-dia e, de outro lado, introduzir recursos e instrumentos tecnológicos para elaboração de tarefas e produtos. Em grande medida, o campo da Comunicação é beneficiário dessa evolução. Como indivíduos inseridos nesse contexto, participamos direta e ativamente da história recente. Na impossibilidade de abstrair nossa presença desses acontecimentos, cai-se no risco, não inteiramente calculado, de transformar história em depoimento.

Desde 1994 desempenho profissionalmente trabalhos na área “(foto)+gráfica” . Acompanhei de perto o desenvolvimento veloz da tecnologia. O espírito da época era de entusiasmo contagiante pelas inovações tecnológicas que surgiam a todo instante. A internet não era popular e ainda sentíamos os ecos da queda do muro em Berlim, ao mesmo tempo em que presenciávamos a escalada vigorosa no uso da informática pelo mundo todo. O *AutoCAD*, programa de desenho arquitetônico desenvolvido e comercializado a partir de 1982, inaugurou uma nova era para os projetistas. O aumento progressivo de adeptos estabeleceu rapidamente um modelo de trabalho bastante explorado pelo mercado. Para o profissional da área gráfica surgiam mais programas e ferramentas para Editoração Eletrônica, aclamada como matriz tecnológica na época, a partir da popularização da plataforma de trabalho *Desktop Publishing* iniciado em 1985 pelo programa *Pagemaker*, como também o programa *Corel Draw*, criado em 1989, consolidava seu reinado soberano.

No Brasil, ainda vivíamos a era da inflação galopante, o real seria implantado em breve, a abertura da economia dava seus primeiros passos após anos nas trevas e no atraso pela reserva de mercado da informática. Surgiram diversas ações descentradas voltadas à abertura de empresas de comunicação visual, denominação dada aos empreendimentos que articulavam esforços para explorar trabalhos que contivessem particularidades, conceituais ou materiais, para que através de recursos especiais resolvessem situações gráficas inusitadas. Diferenciavam-se das empresas gráficas e de serigrafia até então dominantes na cena da impressão gráfica que, por sua vez, rejeitavam essa necessidade crescente, por motivos práticos. Muitas dessas empresas de comunicação visual foram criadas com o propósito inicial de lançar um produto: o recorte

eletrônico de vinil adesivo. Consiste em recortar uma folha de vinil adesivo - filme de *cloreto de polivinil* (PVC), com emulsão acrílica acoplada - em uma *plotter* dotada de uma lâmina fina de corte, conectada a uma CPU, partindo de um desenho previamente vetorizado em *software* gráfico. Na época, o produto contemplava uma inovação sem precedentes para a área. Pela primeira vez, podia-se elaborar peças com precisão, qualidade e rapidez, a custos acessíveis. Antes da introdução da *plotter*, havia duas formas de produção largamente utilizadas: a serigrafia ou o desenho livre feito por letrista. A inovação deu resultados instantâneos, gerando forte demanda pelo produto. O desenho vetorizado foi incorporado imediatamente na prática projetual, sendo adotado por todos os que desejavam aquela qualidade na produção de suas imagens. Empresas podiam agora apreciar satisfeitas suas marcas corporativas aplicadas em várias e inusitadas superfícies, recurso até então inimaginável em larga escala. O recorte de vinil adesivo, aplicável em superfícies lisas, começou a caminhar no sentido do padrão de qualidade que o mercado tanto cobiçava: a imagem perfeita, sem ruídos, isenta das marcas deixadas pelo processo de sua produção.

Assim, em pouco tempo começou a se alastrar um sentimento generalizado de insatisfação devido à impossibilidade de também se criar imagens reais com cores vivas, como as que se viam em impressos gráficos, padrão de qualidade já instituído e exigido pelo mercado: a impressão realizada pela decomposição da imagem em filmes reticulados que, através de sobreposição do ponto da retícula durante a impressão, entregavam meios tons em todas as suas nuances. Algum tempo depois e muito dinheiro gasto em desenvolvimento por empresas no mundo todo, as impressoras digitais de grande formato chegavam para impor uma maneira totalmente inovadora de produção de imagens. A área de comunicação visual começava a tomar a forma atual. Outros equipamentos computadorizados, tão exuberantes quanto à impressora digital, foram desenvolvidos e incorporados à prática, tais quais, *routers* (topias) computadorizadas, máquinas de corte a laser, que efetuam cortes precisos e bem acabados em madeiras, metais, plásticos, em formas e dimensões ilimitadas, dobradeiras máquinas de solda de metal, cabines de pintura, materiais como Lona Vinílica ou rígidos como o MDF, o Policarbonato, o Acrílico PETG, e muitos outros.

Comecei a desconfiar de uma prática nova quando se intensificaram as solicitações dos clientes para que outros papéis e tarefas, bem diferentes dos habituais, fossem utilizados. Boa parte deles, um grupo extraordinariamente heterogêneo, das mais variadas classes laboriosas e níveis sócio-culturais, solicitavam vistorias em locais que desejam revestir de imagens e informação ou então estabelecer um tipo de comunicação com os usuários daquele ambiente. Atualmente, existe um esforço disseminado em usar o espaço como suporte comunicacional, de impor ao “espaço livre” uma usabilidade. Difícil é

determinar o que seja exatamente esse espaço livre para o senso comum. Parece aproximar-se da idéia de desocupado de elementos: *desinformado*.

É interessante, neste aspecto, traçar um paralelo com a lógica do *design* e inseri-lo no contexto atual do consumo dentro dos pontos de venda, terminologia celebrada pelo *marketing* para designar o local onde ocorre a ação de consumo, como lojas, hipermercados, *shopping centers* e suas partições, entre outros. Faz parte da pauta de discussão do *design* o sistema de valores que se desenvolve pela cadeia de consumo, quer seja da fricção entre valor de uso e valor de troca, e suas variantes, como valor estético (Argan. 2005:253), valor de posse e valor de seleção (Ferrara. 1993:198). Cada participante do processo atribui um peso diferente a fim de se beneficiar, “enquanto a lógica do produtor procura a massificação do valor de troca, a lógica do consumidor procura a valorização do uso” (*Ibid*:194). Em linhas gerais, o mesmo papel que o *design* industrial desempenha através do desenho, anexando qualidades formais no produto para estimular o desejo de posse no consumidor, é também desempenhado pelo *design* ambiental ou outro agente responsável, em verdadeiras superproduções nos pontos de venda. Através de um total controle das condições ambientais, como luz e temperatura, combinado com a criação de um aparato cênico composto por mobiliários com desenhos exclusivos e Gráficos Ambientais, esses locais têm a missão de encorajar o público ao consumo, incitando ao máximo seu desejo de posse e, se possível, também inibindo seu valor de seleção.

De onde é possível inferir que este modelo de ponto de venda, ao se disseminar, torna-se um decisivo colaborador, mas não único, para a propagação de uma noção funcional do espaço, semelhante à corrente teórica do *design* que advoga que a forma de um objeto deve ser precedida da sua função. Conseqüentemente, qualquer espaço sem forma (ou informação) também é sem função. Essa idéia de espaço desinformado desencadeou um *efeito manada* nos escritórios de *marketing*, obrigando-os a impor usos e atribuições aos espaços disponíveis.

Esses clientes, preocupados com essa ociosidade espacial, solicitavam uma interpretação, camuflada em opinião, daqueles ambientes. Na visão deles, não de toda errada, melhor tomar emprestado um juízo formulado por um profissional, que ao lidar cotidianamente com isso, imediatamente é promovido a perito, do que dispor a tarefa sem critérios. Afinal, conforme a sabedoria popular ensina, o hábito faz o monge. Com isso, depois da justa interpretação daquele lugar e de uma orientação segura, a eles podiam ser fornecidos os parâmetros técnicos necessários para se usar convenientemente aquele ambiente como suporte para suas intenções de comunicação. Evidente que conhecimento das técnicas de construção, assim como noções das potencialidades de uso e cálculos de viabilidade comercial, misturavam-se nesse processo.

Após a conclusão dos trabalhos restava a sensação de que algo não presente antes, agora estava lá. Existia um conjunto de elementos que ali estavam integrados, que informavam algo. Nesse instante percebi o Gráfico Ambiental: não era somente vinil adesivo e sim o conjunto formado pelo vinil adesivo, a imagem, a parede que o suporta, a luz do ambiente, a textura do chão, a posição do observador, o fluxo de pessoas. Assim como o painel bidimensional que se eleva do chão também se integra a um conjunto e forma um Gráfico Ambiental. Portanto, os clientes tinham total razão: o Gráfico Ambiental modifica o ambiente, ressignificando-o. O que havia acontecido naquele ambiente era a conversão de matéria pura em imagem significada. Era agora um espaço representado.

Com essa problemática debaixo dos braços, tornou-se essencial pensar o assunto. À medida em que mais informações eram incorporadas, crescia também a necessidade de aprofundar o estudo e vincular conceitos a esses dados ainda rasos. Em busca de uma voz própria sobre o assunto, lancei-me em direção à pesquisa.

[1.3] Gráfico Ambiental

A terminologia adotada no presente texto aproxima-se da utilizada em inglês, *environmental graphics*, que explica melhor que o correspondente em português. Ainda que a palavra ambiental esteja mais vinculada a questões ecológicas, esta nomenclatura é a que mais se aproxima do sentido prático desejado. Ambiente é entendido nessa pesquisa como o entorno de um indivíduo, conforme Gibson (1986:43) define: “a essência de um ambiente é o entorno de um indivíduo”. Noção que é complementada pela formulação de McLuhan (1969: *passim* 12-13) de ambiente como área de atuação e propagação de sistemas de linguagem. A linguagem qualifica o espaço e compõe o ambiente, como apontado nesta pesquisa: ambiente informado. Este não é conformado por limites tácteis, como paredes ou muros, mas estabelecido pelo observador durante o processo de leitura e interpretação dos códigos presentes na linguagem. Por essa perspectiva, a noção de informação não se separa da noção de ambiente e é concebida em unicidade.

É necessário entender que quando realizamos a tradução do termo *environment* para o português, limitamos o seu significado original, bem mais abrangente que o espectro de definições possíveis em português. No entanto, podemos, por aproximação semântica, buscar o termo contexto para ajudar a explicar a aplicação de ambiente nesta pesquisa. O contexto coloca alguma coisa em relação a outro algo para alguém. Ele limita as variáveis e tornam esse algo específico. Nesse caso, o algo é o entorno de um indivíduo. O contexto integraliza um conjunto de variáveis para um indivíduo, que então percebe o entorno que lhe diz respeito. No entorno temos variáveis de ordem social (no seu sentido mais abrangente) coordenadas em um contexto particularizado. A palavra ambiência é utilizada por alguns como tentativa de explicação, porém ela traz marcada em seu genoma uma noção arquitetônica do ambiente acompanhada de um juízo estético.

Quem lamenta também a ausência no português de uma palavra que descreva esse conceito é Vilanova Artigas (1981:135) ao comentar o uso da expressão em francês *environnement* descrita por ele como “o conjunto das condições da natureza já modificada pela presença humana e das condições sociais já criadas que formulam as hipóteses de cada conjuntura.” Definição que expressamente aproxima conjuntura de contexto.

Intuitivamente, o Gráfico Ambiental remete a uma idéia de exterioridade, algo que acontece ao ar livre, o que não é correto. Pelo contrário, a maior parte das situações mais interessantes ocorre em interiores. Percebemos suas manifestações em *shopping centers*, metrô, restaurantes, aeroportos, banheiros, lojas; a lista é grande. Para essa idéia de exterior se tornar correta, precisaríamos caracterizar o indivíduo em trânsito, portanto *fora*

de casa. Atualmente, o interior e o exterior não são precisamente determinados, e cada um se estabelece, não definitivamente, em fronteiras difusas.



Fig. 5
Interior ou exterior?
Rua em Las Vegas coberta por um gigantesco painel eletrônico.

É corrente o uso da palavra *outdoor*, cuja tradução literal seria *da porta para fora*, acentuando seu caráter externo. No entanto, esse termo é utilizado como nome de uma família de um tipo de mobiliário urbano usado para fins publicitários, conhecida também nos EUA como *out-of-home*, maneira de se diferenciar das mídias tradicionais por se tratarem fundamentalmente de mídias *dentro de casa*. O *outdoor* poderia ser considerado uma peça ancestral no espaço urbano, dado o seu primitivismo construtivo e não fosse tão recente a sua implantação.

Neste ponto, vale a pena indicar a diferença de uso entre as palavras *gráfica* e *gráfico*. Quando, numa situação hipotética, há referência às qualidades gráficas de uma peça, estamos com isso querendo dizer que a imagem está bem impressa, o papel foi adequado àquele uso, enfim, referenciando aspectos relacionados à imagem daquela peça. Estabelecemos mentalmente uma relação imediata ao estabelecimento comercial *gráfica*, responsável pela produção daquela impressão. Por outro lado, quando nos referimos ao aspecto gráfico de uma peça somos bem mais abrangentes, incluindo em nossa observação todas as qualidades visíveis daquela peça. *Gráfico* relaciona-se à visão, ao desenho, à palavra escrita e também com imagem, sem incorporar no seu significado nenhum método específico de gravação. Essa liberdade semântica possibilitada pelo termo combina melhor com o conceito em debate.

[1.3.1] **Espacial: parcial e relacional**

O Gráfico Ambiental é também Comunicação Visual. O que lhe confere autonomia é o uso integrado de uma linguagem típica, relacionada ao aspecto visual do gráfico e suas

propriedades construtivas, com um conhecimento material e semântico do meio tópico usado como (segundo) suporte. O Gráfico Ambiental necessariamente relaciona gráfico com espaço em sua sintaxe.

Alguns podem argumentar que ao colocar um quadro na parede, essa relação também é desenvolvida. Como resposta a isso, a noção de meio tópico serve para explicar essa distinção, pois é a que tem a qualidade de precisar o suporte do Gráfico Ambiental. O meio tópico é relativo *precisamente àquilo do que se trata*, isto é, para o qual o Gráfico Ambiental, desde o princípio, foi idealizado. Fundamentalmente, a distinção é devida à ausência de uma atitude sistêmica entre os elementos, no caso, o quadro e a parede, que existem independentes um do outro. O quadro não requer uma continuidade específica para existir; o seu conjunto está encerrado em si mesmo. A parede, como sabemos, é como o papel: aceita tudo. Sua neutralidade submissa sujeita-se a qualquer imposição. Para o quadro qualquer parede é satisfatória, não sendo necessária a sua existência especificamente naquela parede. A mesma indiferença acontece da parede para com o quadro.



Fig. 6 - Colunas adesivadas em *show room* de loja de confecção. Os gráficos foram elaborados tendo como destino as colunas. Percebe-se pela foto a relação entre as imagens, a dimensão das colunas e o seu posicionamento no lugar.

Leibniz, filósofo envolvido no debate da noção de espaço, afirmava que este não existia por si só e que era viabilizado pela existência das coisas no mundo. Assim sendo, o espaço mediava as coisas no mundo na mesma medida em que delas dependia para se servir da sua condição autônoma. O espaço é pensado não como um palco onde as coisas se relacionam, mas como um agente relacional que condiciona a percepção mesma desses eventos. Deleuze, valendo-se de Leibniz, diz que há uma inseparabilidade das partes entre

duas partes distintas na matéria “não só pela ação dos circunvizinhos, (...) mas também pela pressão dos circunvizinhos”, caracterizando o espaço como flexível e elástico, que “tem ainda partes coerentes que formam uma dobra, de modo que elas não se separam em partes de partes, mas dividem-se até o infinito em dobras cada vez menores” (Deleuze. 2005:17). Isso para demonstrar que as partes não são relacionadas por um vínculo físico, mas cada uma está em correspondência com as outras. Essas relações entre as partes são *espécies de acontecimentos*, sendo que a predicação é o que medeia esses acontecimentos. Para Leibniz, argumenta Deleuze, o mundo é a própria predicação (*Ibid*:94).

Em torno dessa idéia, a título de exemplo, podemos exhibir o escultor Henry Moore, que trabalhava em sua arte essa relação espacial. Ele afirmava que a escultura é uma arte do ar livre. Continua ele: “a luz do dia, o sol, para mim, a natureza é o seu melhor lugar e complemento. Prefiro ter uma escultura instalada na paisagem do que dentro ou sobre qualquer prédio, mesmo o mais bonito” (Moore. 2002:245). É importante apontar que existe uma grande diferença entre combinar dois elementos para que surja um terceiro e colocar dois elementos diferentes lado a lado para que se relacionem. Na suposição de que acontece nestes dois casos, a real intenção é o relacionamento, mesmo com ambos atingindo esse objetivo, as implicações de um e de outro diferem bastante. O Gráfico Ambiental também se vale desse *acontecimento*. Na sua elaboração ele conta com o estabelecimento dessas relações, recorrendo tanto ao método combinatório como ao método justaposto.

Moore (2002:247) reconhece que a “escultura ganha ao encontrar um lugar adequado para o seu temperamento e quando isso acontece ambos ganham, o lugar e a paisagem”, ou seja, o relacionamento é estabelecido e há condições de predicar. No entanto, quando dois elementos tão díspares são intencionalmente colocados um em relação ao outro, pode ser que eles continuem assim mesmo: separados. Mesmo o autor admite que nem toda paisagem é tão acolhedora para a escultura, dado que são elementos ontologicamente muito diferentes: natureza, o mundo real e escultura, a construção humana. Conclui Moore: “se for colocado uma escultura em relação à natureza os dois devem jogar um contra o outro” (Moore. 2002:247).

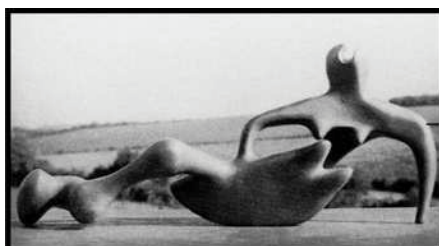


Fig. 7 - Henry Moore, *Reclining Figure*, 1938

Para permitir a avaliação disso ele propõe que, para sentir o poder dessa relação, basta retirar a escultura e avaliar se as pessoas sentem a sua falta. Seria o mesmo que admitir que a relação paisagem menos escultura seja igual a *espaço desocupado*. Se assim for, desocupado é predicação. Admite-se que mesmo desfeita, a relação gerou sentido. É a elaboração dessa noção de predicação, ou qualificação, que se busca na construção do Gráfico Ambiental, o que acontece se a operação for bem empreendida.

Coaduna-se com essas reflexões Rosalind Krauss (1986) quando ressalta em sua análise que a escultura modernista era “sem lugar” e largamente “auto-referente”. Com isso quer dizer que com essas características a escultura bastava em si mesmo como objeto construído, não exigindo qualquer tipo de diálogo com o contexto de onde está ou estará, colocando seu significado e sua função como essencialmente nômades.

Para o Gráfico Ambiental a discussão ganha importância sob dois aspectos fundamentais: entender como o espaço é percebido e para qual interpretação essa construção espacial induz. Certo de que o Gráfico Ambiental forma-se a partir de uma relação que envolve essa idéia de produção espacial, ou seja, o médium em contato com o meio tópico em um lugar, certo também de que essa relação só gera sentido quando interpretada por um observador, seria proveitoso entendermos como essa percepção espacial se dá no *lugar específico*, onde ocorre, para daí partir a interpretação desse conjunto, passo que antecede a *re-ação* do observador face ao transmitido.

[1.3.2] **Lugar, significação e interpretação**

Lugares inéditos são entusiasmantes. A curiosidade natural em conhecer lugares é quase como uma prerrogativa existencial só atenuada quando da experiência do estar. Muito diferente das noções de turismo casual, com suas longas viagens em terras estrangeiras, o lugar inédito pode estar na próxima esquina. Mas, convém inquirir, o lugar é inédito porque iniciou sua existência recentemente, porque nunca foi visitado por alguém ou porque foi renovado por outro alguém? E mais, quem o classifica como inédito e através de quais critérios?

O observador é quem qualifica a imagem ao definir o que está vendo, aplicando seu ponto de vista individualizado. O lugar surge pela fragmentação de um espaço abstrato, total e global, como categoria de análise que se concretiza pelos usos e hábitos de um coletivo social (Ferrara. 1993:153), com uma marcante característica funcional. Todavia, o senso comum avalia com displicência essa experiência sem cair em si. Se for assim, deve haver

um mecanismo de avaliação e qualificação ambiental programado para agir no subsolo da consciência, para isentar-nos dessa tarefa.

A rigor, não existe lugar inédito. Todo lugar é lugar. Só se pode transformar uma coisa em outra a partir de uma base existente, dado que a criação absolutamente original, em que signos não teriam relação com outros pré-existentes, é inconcebível e não passa de uma fantasia, glamourizada pelo mito da criatividade. Se há algo de original no lugar que justifique o emprego de inédito é o seu devir, na sua possibilidade de semiose.

Para se compreender isso, a semiose aparece como o conceito que explica a ação de um signo ser interpretado em outro signo, uma ação inteligente que abrange processos de interpretação, pensamento, conhecimento. A semiose é a produção de signos, para a qual interpretar é traduzir um signo em outro, sendo, portanto, o significado de um signo, um outro signo. Por aí entendemos que a semiose é responsável pelo desenvolvimento de uma cadeia sónica, idéia demonstrada por Peirce quando mostrou que não há pensamento sem signo. Por esta condição que os signos, cuja geração é tarefa da mente, por isso mesmo inteligente, têm a função de se multiplicar infinitamente.

Uma vez tipificados os signos que o compõem, esse lugar passará a enfrentar desafios permanentes para manter ativa sua perceptibilidade. Lugar inédito é uma metáfora para o lugar no qual a camada informacional que lhe incute visibilidade foi reciclada e sua ordem sónica reescrita. Nesse jogo metafórico, seria útil diferenciar lugar inédito da noção de lugar inaugurado. O primeiro é percebido e interpretado e diz respeito à atividade sónica em operação que é revelada pelas alterações nos usos e hábitos. Já lugar inaugurado serve como metáfora para o lugar situado, vivenciado no espaço e no tempo, passível de experimentação. Essa distinção é importante, porque dá relevo à relação que existe entre o nível repertorial do usuário, o lugar e a significação, todos na mira de análise desta pesquisa. Analogamente, é como distinguir nova informação para um indivíduo alienado e informação nova para um sistema superinformado.

Um lugar pode ter visualidade e não ser visível. Essa distinção parte da ação (ou inação) do observador, idéia que ainda será detalhada. Nesta pesquisa, lugar refere-se a lugar situado e visto, fortemente indicial, “aquele que mais intensamente confirma o que normalmente se entende por lugar” (Ferrara. 2002:26). Estamos trabalhando no trajeto entre o ser visto e tornar-se visível, o lugar está lá, mas não está interpretado pelo observador. Para lugar significado, aquele já operado pelo observador, substitui-se preferencialmente o termo para ambiente informado, ou simplesmente ambiente, conceito debatido mais à frente neste trabalho.

O Gráfico Ambiental é uma intervenção determinada a alterar as relações presentes nos lugares. Ele articula a relação entre o lugar e o observador, com o intuito de promover aquele lugar a ambiente. Toda relação com um determinado lugar é uma tentativa de ler e capturar os diversos sentidos possíveis deste lugar, pois “não há um sentido, mas sentidos produzidos que não se impõem” (Ferrara. 2004:16). A maneira como os demais elementos que constituem este lugar se inter-relacionam dão o sentido do lugar para o Gráfico Ambiental, que toma emprestado esse sentido naturalizando-se neste ambiente. Ele é colocado lado a lado aos indivíduos, dividindo os mesmos espaços de fluxos e vivências sociais, transformando-se de representação da *coisa* em *coisa em si* e induzindo sua presença a ser aceita naturalmente. Sutilmente, participa da modelização de nossa maneira de ver o mundo.

O processo construtivo do Gráfico Ambiental exige uma adaptabilidade exclusiva do gráfico, identificado como médium, para com o meio tópico, a partir de uma intenção comunicativa baseada nessa conexão. O Gráfico Ambiental só se completa e se finaliza espacialmente. Desta forma, ele sempre opera em relação a outra coisa. Pode ser em relação a uma parede, a um muro, a uma coluna, a um piso, a uma escada rolante, a um teto, a um edifício, a um balcão, a um veículo ou outros. Por si só, não comunica. O modo como a sua visualidade é criada anuncia a existência representativa do espaço e cria roteiros de legibilidade para o usuário, posto que o significado dos lugares muda constantemente em função dos diversos usos, dos processos que ocorrem aí e que podem “variar significativamente entre observadores diferentes” (Lynch. 1997:07).

Ao conjunto formado entre o médium e o meio tópico, soma-se agora o observador, que é quem fornece significado a esse conjunto. Quais são os recursos que o habilitam nesse processo? O aparelho perceptivo aparece como mais abrangente que uma mera captação sensorial. Além das sensações, que são os dados que se originam dos sentidos, a mente participa com a construção do mundo, seja por um processo de aprendizado ou de intuição, mas, fundamentalmente através da linguagem (Santaella. 1998:30). O texto a ser interpretado surge na ação da linguagem como a primeira mediação que se apresenta para revelar na consciência as relações dos fenômenos.

Conceitualmente, texto é entendido como representação, um simulacro do mundo a partir de um sistema de signos. É, enquanto uma representação do espaço, uma espacialidade. É composto não por um signo único, mas de um código sem uma sintaxe compartilhada e convencionada, composto por texturas e cores, percebidas e registradas pela experiência (Ferrara. 2004:16). Sua linguagem não requer uma estrutura ou código, mas possui uma estruturalidade. Essa *gramaticalidade* é escritura, sem ser palavra escrita,

não são apenas os gestos físicos da inscrição literal, pictográfica ou ideográfica, mas também a totalidade do que a possibilita [...] tudo que pode dar lugar a uma inscrição em geral, literal ou não, e mesmo que o que ela distribui no espaço não pertença à ordem da voz: cinematografia, coreografia, sem dúvida, mas também 'escritura' pictural, musical, escultural, etc (Derrida. 2004:11).

Para estabelecer o processo de significação, esse texto contém interpretações legítimas que correspondem ou transformam processos interpretativos aceitos como verdadeiros dentro de um grupo social específico e, para tanto, devem submeter-se às normas vigentes ou modificá-las. A própria linguagem é sempre um relacionar de significados e processos de significação são jogos de diferenças a partir de leituras. Baudrillard (1995:196) afirma que o processo de significação é imediatamente sistemático: o signo nunca existe fora de um código e de uma língua. Todo sujeito, ao significar, produz um ato de interpretação, um entre muitos possíveis, ato que marca sua subjetividade e significa sua relação com o mundo. O Gráfico Ambiental e sua significação se concretizam quando sua presença produz uma resposta sensível nos indivíduos. Aprendemos a ter experiências



Fig. 9 - Exemplo de Gráfico Ambiental.

no interior desses sistemas ambientais. Nesses casos, o indivíduo constrói internamente - através da observação - a informação sobre o seu ambiente, a partir de um programa coletivo de propagação de crenças e hábitos, baseado na cultura, de responsabilidade dos atores comunicativos que interagem dentro desse sistema.

O Gráfico Ambiental será, quando entendido como mediação em um ambiente em transformação, influenciado por variáveis sociais, econômicas, psicológicas, antropológicas, ideológicas, de forma e de *design*, implicadas nessas interações estimulando o fluxo da cultura.

[1.3.3] **Evolução do Gráfico Ambiental**

Por se tratar de uma formulação recente é de se esperar que haja uma inevitável constrição histórica sobre o assunto, o que o torna, mais para o bem do que para o mal, isento de tradicionalismos e padrões estereotipados. No entanto, o Gráfico Ambiental não surgiu de uma hora para outra. Trata-se de um sistema híbrido, principalmente em sua qualidade construtiva, na qual é possível destacar também em diversas peças a convivência entre técnicas de elaboração ultramodernas e outras com perfil centenário, o que torna o Gráfico Ambiental admiravelmente versátil. Certos traços evolutivos são facilmente detectáveis e podem indicar o trajeto que uma técnica específica seguiu até então e culminar no que hoje conhecemos. Houve uma evolução nas principais características nele presentes, seja na construtibilidade, seja na elaboração da sua linguagem. Evolução que não apaga os traços do passado para resgatá-los sempre que necessário.

No passado, a produção artesanal de peças de comunicação visual restringia sua aplicação e alcance, tornando sua utilização acessível para poucos. Antigamente, peças de qualidade estavam mais próximas das artes plásticas e do artesanato e eram resultado da experiência e perícia manual de alguns artesãos. Aos poucos esses profissionais especializaram-se em trabalhar placas, pôsteres, muros, instalações, diretórios, paredes e fachadas, moldando materialmente ou colorindo com tintas a mensagem. Assim, diante das dificuldades habituais de um trabalho artesanal, as peças tornavam-se onerosas limitando seu uso. Convém ressaltar que eram peças idealizadas para uma longa permanência e acompanhavam os ideais arquitetônicos da época à qual era dado o caráter de durabilidade, solidez e perenidade.

Há quem veja na decoração de cavernas, milhares de anos atrás, traços de uma intenção de se comunicar através do espaço. Robert Venturi (2001:593) deriva disso para uma análise sobre a iconografia e sua relação com a cultura, como forma de inscrição espacial que se daria através da exposição do indivíduo ao ambiente. Para ele, os hieróglifos inscritos nos portões e muros egípcios são uma forma de comunicação; as figuras nos interiores das basílicas, que chamamos de arte, tinham como intenção educar um povo analfabeto para o cristianismo; os murais do período Barroco eram essencialmente propaganda contra-reformista realizada pelos católicos romanos.

Sem dúvida, a inscrição de comunicação na arquitetura foi a primeira manifestação gráfica, com intenção de comunicar, em termos ambientais. Este sinal - de acordo com a terminologia norte-americana - ou letreiro arquitetônico nada tinha de Gráfico Ambiental.

Sua lógica é a de um afixado cuja função é identificar e divulgar. Não integrado ao contexto, ele assume a característica das peças publicitárias.



> **Fig. 09**
Inscrições no Larkin Building, 1904, obra do arquiteto Frank Lloyd Wright. A finalidade dos textos inscritos nas paredes era elaborar um ambiente de trabalho que envolvesse os funcionários com idéias como inteligência, entusiasmo, sacrifício, entre outras.

Miller (1994) conta que o arquiteto Henri Labrouste que, além de ser um dos primeiros a fazer uso arquitetônico de metal em construção na *Bibliothèque Ste. Geneviève* (1843–50) em Paris, elaborou também uma inovadora forma material como ligação entre arquitetura e literatura. Projetou colunas com nomes escritos de 810 autores, ao redor da Biblioteca sendo a posição do texto no lado de fora da edificação, as mesmas dos livros nas estantes do interior. Labrouste, adepto do classicismo como linguagem arquitetônica, comumente mais preocupada com a estrutura, usou aí letras gravadas para mapear o conteúdo de uma edificação a partir do seu lado exterior.



Fig. 10 - Bibliothèque Ste. Geneviève (1843) em Paris e suas paredes forradas de nomes de autores.

Ao se transformar sua forma escultórica com caráter permanente em presença maciça e fugaz dos dias de hoje, o Gráfico Ambiental multiplicou muito sua capacidade de interlocução. O início desse processo deu-se nas grandes cidades na medida em que as multidões começaram a ser percebidas como fenômeno moderno. Estes sinais alastraram-se no mesmo ritmo das cidades, como efeito do processo de adensamento. Neste ponto não

se distingue da invenção dos sistemas técnicos básicos da comunicação no século 19, criados como fator de integração, numa “gestão das multidões humanas” (Mattelart. 2002:13) que dão origem ao conceito de comunicação, cujas raízes também são da sociedade urbana emergente. Já se revelavam noções de centro urbano, em processo de frenética expansão. Ao mesmo tempo em que o sinal se transforma em gráfico e inicia seu processo de expansão, outros elementos foram adicionados às cidades, tornando-os suscetíveis à percepção de uma paisagem informacional.



Fig. 11 - A multidão no início do século 20, em Paris, por Atget.

[1.3.4] Como atua o Gráfico Ambiental

“Sinalização é o primeiro contato entre o sistema e o usuário” afirma Wayne Hunt, *designer* norte-americano especializado em desenho gráfico ambiental, em entrevista para a revista How (1998). Ao comentar o desenvolvimento da sinalização no sistema de ônibus e metrô de Los Angeles idealizada por ele, diz: “uma boa sinalização deve estar onde o usuário espera que esteja”. Com efeito, a sinalização orientativa é um recurso de ordem funcional que serve como um guia para a navegação em ambientes complexos. O que está implícito na presença dela? Que alguém esteve lá antes de nós. Enquanto sinalização gráfica, ela sumariza o deslocamento do indivíduo e impõe a leitura de um autor anônimo, previamente ocorrida à nossa experiência em andamento. Grosso modo, o indivíduo serve-se de uma interpretação do lugar em visita, concedida pela ação do profissional interventor, além do benefício e do conforto do deslocamento isento de erro, que lhe aponta o caminho correto através de um território não reconhecido.

A expectativa do Gráfico Ambiental é ter sua ação considerada como procriativa e não como algo estéril ou secundário para a evolução dos ambientes. O Gráfico Ambiental e seus recursos devem fazer parte do planejamento desde o começo. Tradicionalmente, o prédio, o parque ou a estação de metrô são vistos como prontos, como um trabalho em si mesmo, enquanto a comunicação é assimilada como informação não essencial. Este modelo coloca o uso social do ambiente como algo acrescentado depois do fato; sinalização e comunicação são coisas acrescentadas depois de o arquiteto ou construtor sair de cena (Miller. 1994:11).



Fig. 12 e 13 - Sinalização no MGM Grand Hotel, o maior cassino de Las Vegas.

A resistência de muitos arquitetos em utilizar extensivamente o Gráfico Ambiental deve-se não só ao desconhecimento desse raio de ação do Gráfico Ambiental e suas possibilidades tanto de linguagem como construtivas, mas também em grande parte ao mesmo incômodo que textos explicativos causam a alguns artistas. No entender de muitos deles, a obra artística deve ser apreciada sem o auxílio de anexos explicativos, até porque a fruição do espectador é considerada parte da elaboração da mesma, tornando-se desaconselhável influenciar essa interpretação. Todavia, o Gráfico Ambiental incomoda porque referencia, indica e contextualiza. O receio desses profissionais é justamente permitir a interpretação de uma obra por outra lógica que não a imposta pela arquitetura.

Percebe-se que o Gráfico Ambiental atua pela comutação fisionômica de um ambiente, pela aderência, através da sobreposição de imagens e cobertura de superfícies, ou pela legendagem, operação de aplicação de anexos gráficos – tanto palavra e a imagem - que indicam o que diz a imagem (= paisagem). Ela estimula a manipulação dos significados das espacialidades, enquanto geração de representações do espaço, remanejando as interações daí decorrentes, com vistas ao estabelecimento de novos referenciais em consonância com os ideais da sociedade de comunicação generalizada e seu múltiplo sentido da realidade, relativo e não definitivo (Vattimo. 1992:16).

[1.3.4.1] **O princípio da aderência**

Toda superfície é passível de cobertura. A discussão sobre superfícies adquire atualmente duas derivações: uma que leva em consideração sua materialidade e outra que busca no imaterial os seus argumentos de apoio. A delimitação da superfície material que configura um limite da forma e orienta um horizonte físico, de natureza arquitetônica e urbanística, constituído de matéria, paredes, elementos físicos, blocos e níveis, orientada pela recepção tátil, está sendo confrontada pelo imaterial, na qual as representações e imagens não possuem endereço certo, nem estabilidade e privilegiam a aparência à existência. A superfície é transformada em interface, não mais fronteira sólida. Aquela que limitava torna-se uma membrana, permitindo trocas entre dois meios (Virilio. 1993:12). A limitação do espaço se torna uma permutação, uma coexistência, uma mutualidade quase simbiótica. A idéia de separação radical se transforma em uma idéia de passagem, como que o obrigatório trânsito de uma atividade constante, de trocas incessantes.

Portanto, ao considerarmos a superfície de um corpo físico devemos ter em mente que ela é tanto parte matéria como imagem. Como se por baixo da imagem houvesse matéria em contato, como se o “duplo sentido da superfície, a continuidade do avesso e do direito, substituíssem a altura e a profundidade. Nada atrás da cortina, salvo misturas inomináveis. Nada acima do tapete, salvo o céu vazio” (Deleuze. 2003:136). O sentido aparece e atua na superfície. Na verdade, o sentido desliza sobre a superfície, contornando-a, formando o caráter de um discurso (2003: *passim* 10-12).

Assim entendida a superfície, verifica-se que o princípio de aderência é empregado pelo Gráfico Ambiental com todo vigor. Ele emprega recursos desenvolvidos para serem



Fig. 14 e 15 - Empacotamento do edifício do escritório central da Bayer em Leverkusen, Alemanha. Percebe-se nas fotos todo o impacto visual causado pela sobreposição da imagem da Aspirina na superfície do prédio.

acoplados à superfície de um corpo, cobrindo sua imagem original, mas preservando sua integridade material. A superfície dos corpos pode servir agora como suporte para outra linguagem. A lógica da aderência é dominar integralmente uma superfície, sem deixar indícios da imagem anterior, ou seja, o Gráfico Ambiental pode alterar, reconstruir ou ocultar as aparências originais do lugar onde se instala separando a aparência do conteúdo funcional. Sua posição é entre caminhos, entre faces, entre o meio ressignificado e a interpretação do observador, qualificando o lugar para o observador que por ali se desloca, estabelecendo uma relação entre este observador e o lugar agora identificado.



→ **Fig. 16** - Carro empacotado por vinil adesivo com impressão digital. A sobreposição da imagem impressa na superfície do veículo evidencia o contorno, ao mesmo tempo em que elimina sua imagem original.

A aplicação por sobreposição se verifica em toda a sua intensidade: a paisagem é composta por camadas, nas quais uma camada sobrepõe-se à outra, uma informação é sobreposta à outra. A paisagem altera-se sincronicamente, por todos os lados e direções, conforme os acontecimentos surgem para uns e não para outros. Como essas camadas não são sedimentares, ou seja, promovidas pela ação do tempo, a imagem que está por baixo será novamente reutilizada na medida em que a imagem que a cobriu seja removida. São como palimpsestos, escritos e reescritos continuamente.

[1.3.4.1.1] *Arte como exemplo da sobreposição: Christo e sua wrapping art*

O artista Christo também exercita essa lógica. Em sua arte ambiental (*environmental art*), que planifica e realiza conjuntamente com sua esposa Jeanne-Claude, Christo desenvolveu uma linguagem própria que reúne composições monumentais das mais variadas estirpes em um espaço vivenciado. Sua arte do empacotamento (*empaquetage*) utiliza materiais - principalmente tecidos - para suas intervenções que consistem em cobrir e envolver completamente construções e edificações.

Um de seus projetos que maior repercussão causou foi o empacotamento, em 1995, do edifício do *Reichstag* (Parlamento) em Berlim, durante duas semanas, chamado de *Wrapped Reichstag*. Christoperseguiu a realização deste projeto por 22 anos. Pode-se admirar aí toda a grandeza e complexidade deste tipo de intervenção.

Vemos nessa obra a intenção do artista em esconder a aparência e relevar a essência da forma do edifício. Ao remover os detalhes, os ornamentos, as janelas e apliques, resta uma abstração da parte essencial que é destacada. Todas as pequenas coisas foram escondidas. O seu conteúdo fica encoberto e só vemos o seu contorno.

Christo afirma que empacotar um edifício, no final das contas, é como construir um edifício. Para ele, não se trata de um *Reichstag* empacotado, mas de um novo *Reichstag*. No *Wrapped Reichstag* percebe-se bem sua intenção de trabalhar a relação do público com o prédio e ao mesmo tempo com o simbolismo do Parlamento. É uma forma de comparar o antes e o depois, de presenciar a transição da arquitetura em não-arquitetura - que é o mesmo que uma paisagem. Para depois desembalar o edifício e presenciar a volta para uma não-paisagem - que é o mesmo que uma arquitetura (Krauss. 1986:283). O público não está acostumado a ver mudança e de repente toda a paisagem é modificada, mesmo que por um determinado tempo.



Fig. 17 e 18 - *Wrapped Reichstag*, obra de Christo, 1995. Empacotamento do prédio do Parlamento Alemão.

[1.3.4.2] **O princípio da legendagem**

O princípio da legendagem é aquele que trabalha por justaposição. Seja na sinalização arquitetural ou na sinalização orientativa, a legenda tem a intenção de facilitar a leitura ambiental de um observador ou usuário, em muitos casos.

A idéia de justaposição é a da contigüidade entre elementos, não importando o modo como essa é conduzida em relação ao espaço. O que há para se considerar é que são dois elementos distintos que colocados lado a lado, ou próximos um do outro, formam uma outra idéia ou informam algo diferente sem haver dominância entre eles. A sinalização arquitetural lida com essa lógica.

A justaposição pode até iludir um entendimento. Por exemplo, hipoteticamente, vamos imaginar uma agência de banco como a conhecemos hoje, mas sem um padrão

reconhecível de construção que a diferencie de uma outra. Quem indica o uso social daquela construção é a sinalização, que identifica para o usuário a função interior daquele local. Se substituirmos a sinalização que indica um banco por uma identificação de farmácia, quanto tempo depois entrarão pessoas na agência bancária para comprar remédios? É certo que se trata apenas de uma suposição, já que esse experimento não foi efetivado. Um letreiro de 2,0 metros de largura pode informar mais do que um edifício.

Robert Venturi (1996), baseado em seus estudos sobre arquitetura, afirma que o inteiro é articulado pela inclusão de uma nova parte. Ele diz que o contexto dá a um edifício a sua expressão e que mudanças no contexto causam mudanças na expressão do edifício. Se tomarmos a nova parte como sendo o Gráfico Ambiental, e dado a sua inclusão, podemos esperar uma mudança na expressão dos elementos lá relacionados.

[1.3.4.1.1] *Arte como exemplo da justaposição: Cinema e montagem*

Para Benjamin (1994), o cinema como obra de arte surge através da montagem, na qual cada fragmento é a reprodução de um acontecimento que nem constitui em si uma obra de arte, nem engendra uma ao ser filmado. Para ele, a natureza ilusionista do cinema está no resultado da montagem. Ou seja, a realidade simplesmente filmada vira artificial e o que consideramos realidade pura é, na verdade, o resultado de um procedimento meramente técnico composto por imagem filmada e montagem.

Com um pensamento peculiar e inovador, Eisenstein (2002) explicou pelo conceito dialético, que da tese e da antítese, quando em conflito, surge uma síntese que é diferente de ambas. Surge algo novo, maior que a mera soma das duas partes e construído a partir da relação entre estas. No campo fílmico, para ele, então, um plano 1 combinado com um plano 2 gera no espectador um plano 3 que é diferente da mera combinação dos dois planos anteriores, sendo resultado dos conflitos e atrações existentes na relação entre 1 e 2. Com isso, Eisenstein atestou que o sentido do filme poderia ser construído, deixando de lado a natureza simplesmente linear dos filmes da época. Essa noção absolutamente inovadora na

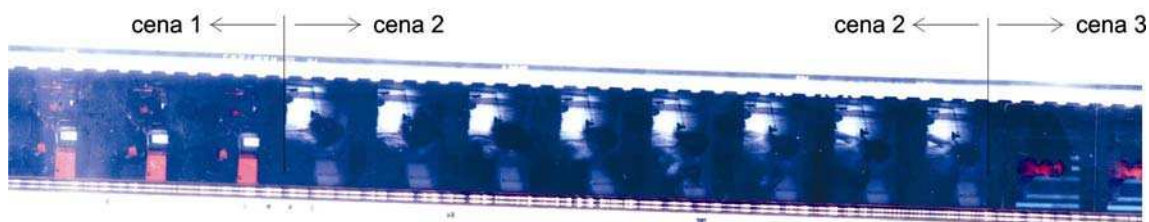


Fig. 19 - Sequência de fotogramas, em filme 35mm para cinema.
Montagem feita pelo processo de corta e cola justapondo os fotogramas.

época, a montagem através da justaposição de fragmentos visuais isolados entre si, desde então influencia todo um pensar a obra, tornando-se um método construtivo.

[1.3.5] **Composição do Gráfico Ambiental**

A questão da organização do material e as noções de legibilidade e leiturabilidade têm tudo para ganhar cada vez mais relevância em discussões sobre dispositivos de produção simbólica. Para Debray (2000:151), a “natureza do suporte da inscrição condiciona amplamente a do processo de anotação”. Indica que cada suporte tem a sua especificidade e que isso afetaria a maneira de inscrever a mensagem. Debray condiciona esse processo não só pela possibilidade de existir possíveis incompatibilidades técnicas entre o suporte e o processo de anotação, mas também por questões culturais, que precisam ser seriamente consideradas, especialmente as que lidam com a capacidade e preparo do observador em distinguir a escrita do suporte. Há toda uma problemática de ordem repertorial a ser considerada quando da escolha dos materiais. É colocado em discussão na elaboração da peça a capacidade do observador em entender a sintaxe lhe será apresentada. Para esses objetos organizados, Debray (2000:152) chega a usar a expressão “mediador de cultura” e preconiza: “o bom mensageiro é o que desaparece atrás de sua mensagem”. (1995:14). Uma boa parte da atual produção que presenciamos, quando confrontada com a necessidade de proporcionar leiturabilidade tem comprometida a sua eficiência. Numa época em que mais e mais suportes são desenvolvidos e utilizados sem que suas técnicas operacionais estejam devidamente conhecidas, as espacialidades comunicativas que deles decorrem podem ter sua comunicabilidade ameaçada.

Na arte, por exemplo, essa necessidade é desconsiderada e, muitas vezes, desestimulada em apresentar essa relação, a fim de transgredir certas noções já estabelecidas e alavancar outros caminhos para a interpretação da obra. A anamorfose, por exemplo, cuja premissa é a deformação do objeto, leva em consideração essa geração de dificuldade para leitura como promoção sensorial.

A noção de construtibilidade assume grande relevância. Ela é decisiva ao mesmo tempo em que determina a transmissão de mensagens. Para Machado (2001:11), “nenhuma leitura dos objetos culturais recentes ou antigos pode ser completa se não se considerar relevantes, em termos de resultados, a ‘lógica’ intrínseca do material e os procedimentos técnicos que lhe dão forma”. A sondagem da construtibilidade dos *médiuns* e *meios-tópicos* possibilita entrever as intrincadas conexões entre as técnicas construtivas do material e os mecanismos de conjugação sígnica que operam conjuntamente na elaboração

das peças. Esse ato combinatório que caracteriza o fazer determina o arranjo visual das peças para o observador. Através do jogo de montagem sónica, a visualidade, em elaboração, permitirá notar o Gráfico Ambiental. É no âmbito dessa construção que esta espacialidade é concebida como uma representação de um espaço experimentado, daí a torná-lo ambiente.

O emprego do *sistema dispositivo-suporte-procedimento* (Debray. 1995:23), tal como criado por Régis Debray, atende plenamente aos princípios adotados neste trabalho. O mérito dessa anotação é separar *organicamente* as partes constituintes de um objeto comunicacional, como é o caso do Gráfico Ambiental. Com essa *espinha dorsal* em evidência, as relações entre as partes ficam transparentes, assim como a estratégia de construção ali empenhada.

“Façam-me, em primeiro lugar, um corpo, a alma virá em seguida”, proclama Debray (1993:28). As tecnologias tendem a se desenvolver mais rápido que a retórica para avaliá-las. A produção de novos produtos tecnológicos é tão avassaladora que não é possível ao mesmo tempo conhecê-los e discorrer sobre suas funções. Parece que ficou fácil demais criar instrumentos tecnológicos. O que se dirá das técnicas de produção? O profissional, para se manter atualizado, e garantir sua inserção no mercado de trabalho, é impelido a lidar o tempo todo com a parafernália tecnológica. Não que realmente precise de todos os novos instrumentos, mas pelo risco de ser estigmatizado com a estampa de ultrapassado. A época da obsolescência planejada foi atualizada para a era da atualização continuada. Dorme-se atualizado e acorda-se obsoleto.

Na arte, a história das técnicas de produção confunde-se com a da própria arte. A cada evolução técnica um novo modo de elaborar arte surgia espontaneamente. Para Machado (2001:11) a “história da arte não é apenas a história das idéias estéticas [...] mas também e sobretudo a história dos meios que nos permitem dar expressão a essas idéias”. O domínio da técnica permite o controle da expressão.

Invariavelmente desenvolvidas pelo anseio e estímulo para expansão das fronteiras da atual *imagerie*, as novas tecnologias digitais aliadas às inovações produzidas em diversos materiais deram impulso ao surgimento do Gráfico Ambiental, cuja *praxis* evoluiu pela hibridização entre múltiplos modos de fazer. No justo decorrer de uma década, sua aplicação foi impulsionada por um salto tecnológico surpreendente. Ao acompanhar o desenvolvimento da informática na área gráfica, engendrou programas e máquinas capazes de elaborar uma linguagem codificada em pontos e linhas, nós e contornos, vetores e mapas de *bits*. Daí em diante, a concorrência entre fabricantes encarregou-se de acelerar o desenvolvimento de equipamentos cada vez mais sofisticados, em busca do resultado

perfeito, isento de erro ou deformação, em consonância com os ideais de qualidade. Em outra ponta, materiais cada vez mais artificiais e acessíveis, em oferta e preço, desenvolveram-se rapidamente para dar conta da demanda por substratos materiais para o processo de feitura, com características especiais como a capacidade de suportar a agressividade das intempéries, serem passíveis de portabilidade e suscetíveis de fácil remoção. Toda uma conjuntura industrial mundial foi rapidamente criada para suprir essas mercadorias para o crescente contingente de empresas de serviços que se consolidava para atender o mercado.

Para analisar a composição do Gráfico Ambiental fez-se necessário dividir sua construção, como vimos, em organização do médium e posse do meio tópico. Não é intenção desse trabalho elaborar uma lista completa de materiais usados para compor o Gráfico Ambiental, mas, entender o seu funcionamento.

[1.3.5.1] **Organização do médium**

Um médium é o sistema formado pelo *suporte material*, o *dispositivo de gravação* e um *procedimento geral*. Por exemplo, podemos observar como um livro se forma: o suporte material são as folhas de papel reunidas em formato códice, o dispositivo de gravação podemos dizer que é o gráfico *off set* e o procedimento são as palavras.

O Gráfico Ambiental pode ser construído por tantas formas quanto a imaginação permitir. São tantas as combinações possíveis entre esses três componentes que torna difícil apontar uma que represente na íntegra o médium do Gráfico Ambiental.

De modo geral, o suporte material representa a superfície no qual há o processo de gravação. Ele pode ser formado por uma placa ou chapa, por um filme, por uma lâmina de papel, por um vinil adesivo, por lona vinílica e muitos outros.

O procedimento envolve o arranjo da camada simbólica – palavra, escrita, imagem, cálculo digital, exemplifica Debray (1993:23). Por assim dizer, é a ordenação seqüenciada que visa unir a descrição de um objeto simbólico, segundo o nível de pertinência escolhido (Paiva. 2004). Nesta instância é que se opera a seqüência de passos que orientam o fazer a partir de um universo de conceitos (ou regras operatórias) das imagens. Nesse sentido, procedimento pode ser entendido quase como um método, ou seja, um programa planejado de operações conceituais que procura alcançar um propósito final.

Existe uma grande variedade de tipos de dispositivos de gravação que passam pelas várias fases de produção de materiais para uso ambiental. Qualquer maneira de inscrição do Gráfico Ambiental é válida, desde que fiel aos seus intentos. Já vimos a possibilidade de

inscrições em tinta, gravadas em pedra, projetadas, entre outras. No entanto, percebemos que existem aqueles Gráficos Ambientais dotados de espírito artísticos, muitas ainda baseadas em processos artesanais, que funcionam apenas para casos específicos e aqueles que recorrem a dispositivos técnicos e que são pensados a partir de uma lógica que orienta a sua construção. É esse segundo tipo de inscrição que se identifica melhor com o teor desse trabalho.

Os dispositivos técnicos mais usados atualmente na construção do Gráfico Ambiental são separados em função do tipo de formação de imagem que utiliza. É uma separação usada para simplificar o entendimento, pois mesmo essas técnicas subdividem-se e, como é freqüente, misturam-se formando imagens mistas.

No primeiro tipo, máquinas de recorte digitais usam a lógica do vetor para recortar contornos e silhuetas. Desse grupo fazem parte as de Corte de Vinil, Routers e Corte a Laser. Essas máquinas cortam filmes de vinil adesivo, lâminas de PVC, madeiras, acrílicos, metais, entre outros, com acurácia permitindo montagens complexas e muito bem acabadas.

No segundo tipo estão as máquinas de impressão digital capazes de produzir imagens com qualidade e rapidez. Existem hoje vários tipos de impressão cada qual defendendo uma aplicação. A impressão digital em grandes formatos, no entanto, tornou-se uma importante ferramenta de produção de Gráfico Ambiental e estabeleceu definitivamente a possibilidade de impressão em uma gama de materiais bastante variada.

[1.3.5.2] ***Posse do meio-tópico***

O meio tópico está no lugar específico. A seleção do meio tópico é parte da estratégia criativa do organizador para servir como base para o médium e por isso é um espaço delimitado no lugar específico. Em essência, é parte do contexto do lugar, evidenciado após a realização da seleção. O momento da posse é quando na montagem final o médium é aplicado no meio-tópico

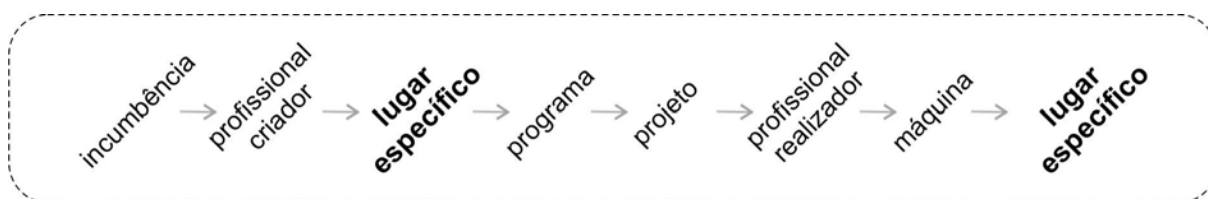
Ele pode ser identificado por ser um corpo material, ser apenas a superfície de um corpo, ou ainda até o próprio lugar ao reservar para uso seus espaços intervalares. Ele é tópico por referir-se a um *endereço* dentro do lugar específico, e por ser relativo precisamente àquela aplicação.

Os meios-tópicos desempenham uma função submissa em relação ao médium. Poucas aplicações realçam o meio-tópico. Normalmente quanto menos evidente for, mais força expositiva terá o médium. Eles são normalmente vidros, paredes, móveis, pisos, chão

(para postes e outras estruturas de sustentação), tetos, superfícies como a de veículos, trens, ônibus e fachadas de um modo geral.

[1.3.6] Cadeia de trabalho do Gráfico Ambiental

Em grande parte das vezes, a dinâmica no trabalho do dia-a-dia é dividida entre dois profissionais distintos: o *profissional criativo*, que exerce a atividade projetiva e o *profissional realizador* encarregado de produzir o material. Da integração e sintonia entre o pensar e o realizar depende a qualidade final do material. A figura do organizador reflete o papel idealizado de quem concentra integralmente as duas etapas descritas acima. Essas divisões do processo produtivo podem ocasionar falhas, caso um desses profissionais esteja alienado das características do lugar específico. Abaixo, segue um diagrama demonstrativo do fluxo de trabalho que elabora o Gráfico Ambiental:



O profissional criativo, responsável pelo desenvolvimento, ao receber a incumbência, vai ao lugar específico onde será instalado o Gráfico Ambiental. Este profissional deve estar disponível e aparelhado para exercitar esse reconhecimento presencial do lugar. Uma vez lá, ele deve particularizar o lugar específico através da sua interpretação e identificar o meio tópico que formará o Gráfico Ambiental. Deverá ser sensível para perceber os elementos que atuam relacionados no lugar alvo e pormenorizar o meio tópico através de anotações, desenhos ou fotos, assim como rastreá-lo em busca de suas medidas e proporções, para que o médium a ser criado e que formará o conjunto com o meio tópico seja o mais adequado e específico possível.

À medida que os dados são apurados no lugar específico, o profissional deve estar atento ao contexto em que aquele lugar está inserido e todas as variáveis que atuam sobre ele. É, em tese, esse contexto que deverá orientar a criação do Gráfico Ambiental. Isso previne que o Gráfico Ambiental resulte em uma peça deslocada da cultura local. A constatação dos usuários que ali trafegam, a situação do lugar alvo em relação ao seu entorno, as características desse entorno são aspectos que deverão ser observados.

De posse dos parâmetros tanto do lugar específico como do meio tópico, o profissional criativo retorna para pensar e desenvolver o Gráfico Ambiental. O programa que consta no diagrama refere-se ao projeto criativo e suas etapas de desenvolvimento que serão tão ou mais complexas quanto as exigências específicas do Gráfico Ambiental. A plataforma de trabalho que o profissional usará para desempenhar o projeto fica a cargo do profissional e dos recursos técnicos e projetuais de que ele dispõe.

Depois de finalizada essa etapa, o profissional criativo selecionará o profissional realizador mais adequado para a especificidade do projeto. Existem hoje cada vez mais profissionais realizadores habilitados para desenvolver tipos construtivos especializados. O realizador ao dispor do projeto finalizado inicia o processamento construtivo com as ferramentas exigidas para tornar o projeto exeqüível.

O médium que daí resulta agora será aplicado ao meio tópico no lugar específico. Caso todos os passos tenham sido corretamente adotados, as possibilidades de falhas serão mínimas. O Gráfico Ambiental é conectado ao meio, conformando o ambiente informado para os observadores.

A atitude do profissional de ir ao lugar em que o Gráfico Ambiental surgirá é próxima a do arquiteto consciente do grau de intervenção que desempenhará naquele local. Evidente que há aqueles que desconsideram essa premissa, assumindo que o seu trabalho deve se impor no contexto do local.

Houve um importante movimento na arte, com origem na escultura, surgido no final dos anos 60 do séc. 20 que reivindicava o *site specificity* – lugar específico – como princípio conceitual para o desenvolvimento da obra artística. Esse procedimento consiste em visitar previamente os locais onde se dará a colocação de esculturas e experimentá-los perceptivamente. Daí decorrem esculturas, instalações, *land art*. Essa corrente artística ganha adeptos até hoje, desfrutando de bastante prestígio. Os seus expoentes maiores são Robert Smithson, Robert Morris e Richard Serra. Para eles, “as relações com o lugar tornam-se um componente indissociável da obra de arte” (Peixoto. 2002:18).



Fig. 20 e 21
Robert Smithson em expedição ao site específico, 1968,
Pine Barrens / Passaic.

Daí a necessidade de se fazer presente nos locais candidatos a transformarem-se eles mesmos em obras de arte promovendo a percepção e apreensão do lugar e o seu entorno. Ao comentar sobre a concepção de uma obra sua - *Shift*, de 1972 - uma escultura imensa de aproximadamente 300 metros de extensão dentro de um campo no Canadá, Richard Serra revelou que, de fato, o que ele “queria era uma [situação] dialética entre a percepção individual da totalidade do lugar e a relação de um outro indivíduo com o campo [lugar da escultura] enquanto caminha” (Serra *apud* Krauss, 1986:264). Esse posicionamento do artista é, na verdade, resultado de uma ruptura das condições lógicas do modernismo. Ao adotar essa conduta “passa a pressupor um observador inserido no espaço engendrado pela obra” (PEIXOTO. 2002:18).

É com base no exemplo dessa experiência artística que o profissional criativo poderá abordar o seu projeto. A visitação do lugar alvo é fundamental para adquirir a experiência da percepção pela qual passará o observador, além de possibilitar o correto recolhimento dos parâmetros espaciais necessários.

[1.4] Contorno do Campo

Arquitetura, *Design* Gráfico, Cenografia, *Design* Industrial, Arte, Propaganda, Pintura, Decoração, Marcenaria, Estudos Urbanos, Engenharia, Escultura, Artes Gráficas, Ilustração, Ecologia, Cultura, Fotografia, Esporte, Política, Eletrônica, Informática.

O Gráfico Ambiental estabelece relacionamentos com essas e outras áreas. Como já apontado, a versatilidade construtiva é uma das suas características mais marcantes. Há determinadas condições de trabalho que são resolvidas só após o confronto com estratégias provenientes de uma esfera processual pertencente a outra disciplina. O fazer do Gráfico Ambiental obriga seus responsáveis a rotineiramente combinar procedimentos, técnicas e materiais diversos. Como está situado em um espaço semiótico caracterizado pela hibridação, o Gráfico Ambiental atua em constante revezamento entre campos.

O Gráfico Ambiental ocupa uma posição na fronteira entre muitas práticas. A fronteira “em vez de separar os elementos de um conjunto, funciona como um ‘filtro’ tradutório” (Machado. 2002:78). A fronteira não delimita um espaço divisório, mas tanto une como separa. É zona de liminaridade, espaço de trânsito e de contato entre sistemas semióticos (Machado. 2003:159).

Nessas fronteiras, o Gráfico Ambiental sofre influências ao mesmo tempo em que influencia diversas disciplinas. Esse posicionamento fronteiriço permite o contato freqüente com essas disciplinas e, mais do que isso permite lidar dinamicamente com a cultura e com os conhecimentos específicos desses ofícios, mantendo mesmo assim uma integridade comunicativa que lhe caracteriza e diferencia.

Para falar das fronteiras do Gráfico Ambiental foram selecionadas quatro áreas que executam esse trajeto de duas mãos, tanto visitante como anfitriã, de maneira intensa e constante com o Gráfico Ambiental.

[1.4.1] Por dentro da **Comunicação Visual**

Existem várias comunicações visuais. O Gráfico Ambiental está contido nessa categoria. É certamente tanto comunicação como visual. Mas é também ambiental, no limite do debate aqui empreendido para definir o que é e como surge o ambiente. Sabemos que ambiente é um conceito não necessariamente vinculado à noção espacial. Ambiente é uma

abstração ligada a uma interpretação que o qualifica. Neste caso em particular, uma interpretação a partir da leitura de um lugar. Mas, isso será debatido posteriormente.

Se houvesse uma Comunicação Visual Ambiental, é lá que estaria instalado o Gráfico Ambiental. No entanto, isso é outra discussão, cujo mérito, em particular, não interessa no momento a essa pesquisa.

As definições de Comunicação Visual, em geral, são caracterizadas pela generalização. Munari (2001) desconfiava que não conseguiria definir, mas tentou. Arriscou uma distinção para aquilo que é “praticamente tudo o que os nossos olhos vêem”: a intencionalidade. Para ele existe a comunicação visual casual, aparentemente aquela não produzida pelo homem e que informa sobre o ambiente, como “a nuvem que passa no céu” (2001:65). Da intencional, ele afirma haver dois tipos, da informação estética e a da informação prática. Essa última, a qual ele pretende que não seja estética, sem definir o que isso quer dizer, e cita como exemplos meios cujas produções além de muito diferentes uma da outra, são elaboradas a partir de uma linguagem específica e elaborada, como o noticiário de TV, o desenho técnico, uma fotografia de reportagem. Confuso, muito confuso. Aparentemente, o que o faz distinguir uma da outra é a qualidade do seu conteúdo e a intenção do operador, não a sua linguagem, nem o seu aspecto construtivo. Mais à frente ele reconstitui a sua formulação e afirma que seu intuito é analisar os seus componentes, mas faz uma indicação valiosa: diz que há um suporte visual composto por partes e elementos que tornam visível a mensagem e assim dá uma nova definição, agora para mensagem visual, que é formada por informação e um suporte visual que a “transporta”.

No *Wikipedia*, enciclopédia livre da internet, a definição do termo comunicação visual assinala a difusão conceitual em que está envolvida:

Comunicação Visual é todo meio de comunicação exposto com a utilização de componentes visuais, como: signos, imagens, desenhos, gráficos, ou seja, tudo que pode ser visto. O termo comunicação visual é bastante abrangente e não precisa ser limitado a uma única área de estudo ou atuação, embora o termo pode ter o mesmo sentido de design gráfico.

Mesmo o pouco rigor científico do *Wikipedia* pode ser útil para apontar os aspectos consensuais contidos neste trecho explicativo. De início chama atenção o acidente tautológico em que essa explicação incorre: comunicação visual é tudo o que pode ser visto. Sem ir longe na explicação, encerra com uma menção ao uso popular que muitas vezes, na melhor das hipóteses, confunde comunicação visual com *design*.

Pode-se perceber que essa formulação é parecida com a anterior. Dizer muito nesse caso é dizer nada. Com outras palavras, Wim Wenders (2001) diz o mesmo: “ter tudo em excesso significa que nada temos.”

Massimo Canevacci dedicou-se ao estudo da Comunicação Visual. Para ele, o visual felizmente não restringe o campo de pesquisa, como ele afirma: “a comunicação que se realiza com uma pluralidade de meios tecnológicos” (Canevacci. 2001:7). A sua preocupação refere-se ao “aspecto visual” como reprodução possível do “ver”, encarando sua diversidade como ponto positivo.

O termo comunicação visual aparentemente só foi criado em oposição ao termo comunicação verbal, residindo nessa distinção sua maior força explicativa: é aquela que não é verbal, ou seja, é predominantemente visual. Se não é uma, é outra. Pierre Francastel já anunciava a chegada de um tempo em que aconteceria uma divisão como essa, ao anunciar que o signo figurado suplantaria o signo escrito. Para ele, cinema, cartaz, publicidade, pintura e arquitetura são os signos abreviados que apelam para a rápida interpretação. O conhecimento das imagens e sua origem é a chave, segundo ele, do nosso tempo. (Francastel. 1973:35)

A partir dessas considerações, a constatação inevitável a que se chega é que a condição de ser visual não garante comunicação, nem para a dita cuja. Em nenhum aspecto, o caráter visual consegue firmar-se sozinho, seja quando tenta ser definido, seja quando participa da operação perceptiva. A visão sem interpretação não tem valor para o indivíduo, somente quando a visão opera em conjunto com a mente é que temos resultados viáveis. E quando há essa interpretação, são desencadeadas outras instâncias que transformam o visual em informação qualificada.

O que credenciaria o termo Comunicação Visual seria a sua utilização como nome de família e não como nome próprio. Sob esse aspecto, o termo é útil pela sua generalidade, para abarcar uma série de atividades correlatas, cada uma com as suas especificações. Usar o termo como uma camisa de força que obrigue todos a se chamarem pelo mesmo nome é bloquear irrevogavelmente sua capacidade de inovação.

[1.4.2] Na ponte com o **Design**

“*Design* não é uma profissão, mas uma atitude” proclamava Moholy-Nagy no final dos anos 20 do século passado. Com a autoridade que lhe é reservada pelo seu trabalho na Bauhaus, Moholy-Nagy preconizava uma atitude que já dura quase um século. A aspiração

dos frequentadores da Bauhaus era possuir uma atitude balanceada entre o arrojo do artista e a racionalidade do capitalista. Ora mais arrojados, ora mais racionais, seus seguidores dividiram-se em correntes estético-teóricas e em práticas cada vez mais diversas. Mesmo não tendo sido claramente definida uma linguagem estética que integrasse arte e produção em série, a não ser pela adoção do construtivismo como abordagem da arte na indústria, a Bauhaus tinha a intenção de ser um modelo de uma sociedade-escola, para a qual o objeto era “apenas um número na série, [...] mas recebia um valor de qualidade do projeto-modelo de que era repetição” (Argan. 2005:254).

Flusser entende o *design* como ponte entre arte e tecnologia (Flusser. 1999:18). Se nos colocarmos nessa ponte e monitorarmos ambas, algumas evidências irão direcionar nossa análise. Os trabalhos elaborados tanto no sistema arte quanto no sistema objeto carregam as marcas de seu sistema de produção. De um lado presenciamos um sistema artesanal de produção cujo resultado é o objeto único, com características irreprodutíveis e que serve a um interesse individual, adquirindo um nível máximo de valor. O sistema de produção industrial, por sua vez, transforma objeto em produto e torna esse produto acessível a um número ilimitado de usuários. Assim, a partir da linha de montagem, da fabricação seriada de um produto, atende-se às necessidades e anseios de um interesse coletivo, mas, comandada pelo sistema produtivo.

O *design* é atividade de fronteira que promove uma coisa ao grau de objeto (Flusser. 1999:252). Essa passagem de objeto único em objeto seriado e, deste em produto, é mediada pelo *design*. Ele estabelece um pensamento crítico da produção que supõe uma crítica do sistema produtivo. Permanecendo na fronteira entre os sistemas produtivos, o *design* busca na arte seu reflexo criativo e entrega à indústria um modelo pronto para uso.

Por outro lado, a inovação faz parte da prática do *design*. A idéia do novo traz em si uma raiz histórica da qual o *design* não pode, em essência, prescindir. Sem o contexto histórico, o novo não existe. A atividade projetiva é o método de criação natural do *design*. O projeto flexibiliza a criação e estimula a conversa com outros usos e espaços, além de potencializar novas atitudes relacionais entre várias linguagens e redimensionar percepções a respeito de processos que compõem o cotidiano dos usuários.

Em oposição ao projeto, o programa anula esses aspectos históricos ao estabelecer um código predeterminado de conduta criativa, programada, em função de um interesse econômico, retirando dos indivíduos a capacidade de se relacionarem com outros códigos. O programa supõe uma descontinuidade e fixa uma cultura programada. O industrialismo em voga impõe seus modelos, sintetizados a partir das configurações limitadas de suas linhas de montagem. O programa estabelece uma rede de sucessivos esquemas *a priori* no

qual a atitude criativa fica circunscrita à combinação dos elementos que compõe a linguagem desse programa.

A pretensão hegemônica do mercado instiga uma cooptação do *design* enquanto linguagem, a fim de elaborar modelos a partir dessa linguagem limítrofe dos programas e desenvolver modelagens capazes de serem reproduzidas em série. Instaura-se aí uma crise do design ao fechar as fronteiras e encerrar as modelizações entre os sistemas, submetendo-se ao modelo produzido em série e em linha de montagem.

O *design* livre e dialogante cria na materialidade uma perturbação nas cadeias estéticas. O projeto é invenção e produção de informação nova. Na correlação programa/projeto, o *design* procura, pelo projeto, inserir nova informação no programa. E é quando o ciclo se completa: o *design* é estimulado a interagir com outros códigos culturais a fim de estabelecer novos textos culturais e elaborar novos produtos.

Ainda que o Gráfico Ambiental divida com o *design* gráfico alguns princípios da bidimensionalidade, diferenças claras separam um do outro. Fundamentos como proporção, relação figura/fundo, contraste, cores, permeiam as disciplinas. O uso da cor e da tipografia são comuns a essas disciplinas.

No entanto, quando o desenho “plano” se torna dimensional, novos princípios e outras complexidades aparecem. Migramos do eixo X/Y da bidimensionalidade e acrescentamos o eixo Z da tridimensionalidade. Mais ainda quando lidamos com noções de *bitmap* (mapa de bits), a conversão RIP - *Raster Image Processor* - programa que traduz as informações de layout de uma página em uma linguagem de descrição de página na forma de pontos, suportada pelo dispositivo de impressão - *pixels* (picture elements) – termos correntes associado ao Gráfico Ambiental. A transposição para o tridimensional, sem causar deformações, não na imagem, mas no lugar específico, constitui-se em problema a ser resolvido. Normalmente o senso comum impele o profissional criativo simplesmente a aumentar a imagem. Esse é não é só um problema de tamanho, mas de escala, conceito pouco praticado, por exemplo, por um *designer* gráfico, mas básico em arquitetura. Como lidar com a transposição de um *layout* de 30 cm para uma parede de 300 cm ou uma fachada de 3.000 cm? Evidente que as condições de legibilidade serão diferentes de um caso para outro. No entanto, como não há ainda repertório técnico formado para lidar com essa situação, presenciamos, por exemplo, transposições literais de um layout de 30 cm para 3.000 cm e convivemos com gigantes desde então. Parece que há pouco estudo que aprofunde essas questões. McLuhan (1969:12) teria adorado ver sua teoria de que o conteúdo de um meio novo é o velho ambiente em ação como nos moldes aqui praticados. Régis Debray (1995) chama a isso de *efeito-diligência*. O conteúdo do Gráfico Ambiental

ainda é o *design* gráfico, ainda é a arquitetura, ainda é a propaganda. É tudo, menos um conteúdo original.

[1.4.2.1] A inovação em 3 designers

Herbert Bayer figura aqui como exemplo pela sua contribuição para o desenvolvimento da linguagem visual e por seu pioneirismo em perceber suas aplicações ambientais. Transitou na fronteira do *design* em várias áreas como tipógrafo, publicitário, fotógrafo, pintor, escultor e arquiteto. Muito influenciado pelo construtivismo, Herbert Bayer marcou sua passagem pela Bauhaus como professor e *designer* talentoso, postulando em sua atuação a independência de trabalhar estritamente com códigos visuais. Foi quem desenhou a sinalização do prédio da Bauhaus e a fonte tipográfica Universal.

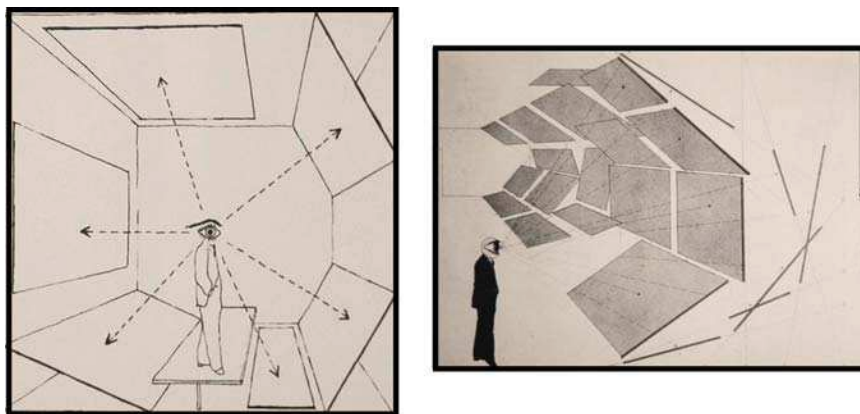


Fig. 22 e 23 - Herbert Bayer, Diagrama da visão estendida de 1935. Nele, Bayer especulava todas as possibilidades de visão de um espectador.

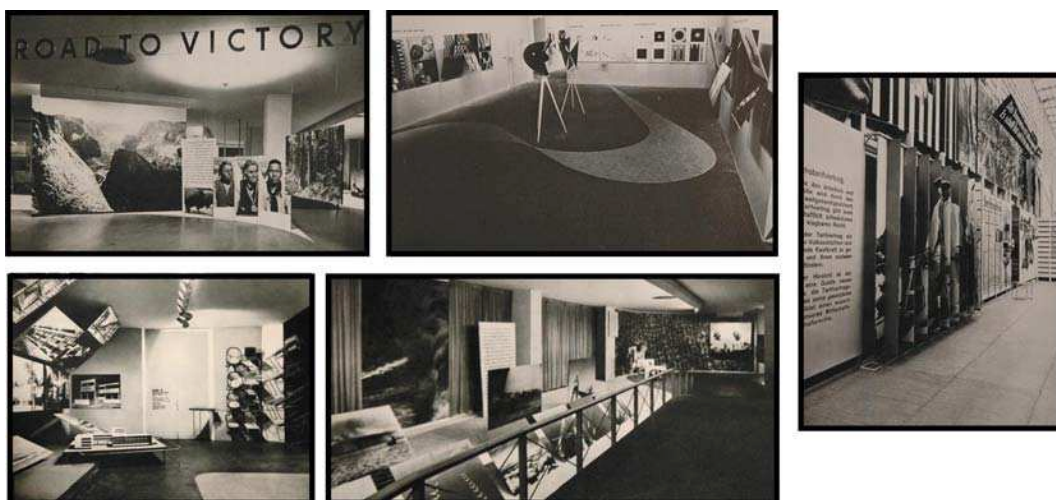


Fig. 24,25,26,27 e 28 - Aplicações práticas do diagrama de Bayer em exposições.

O destaque aqui é para o seu diagrama da “visão estendida”, um desenho das possibilidades de visão, de 1935. Esse desenho denota a preocupação de Bayer em explorar a comunicação em determinado lugar em todas as suas perspectivas, o que coincide com os ideais do Gráfico Ambiental.

Projetado por Edward Johnston em 1916, o inovador sistema informacional de navegação para metrô de Londres – *London Underground* – é um exemplo de uso precoce dos fundamentos do Gráfico Ambiental como sinalização orientativa, que influenciaria todos os trabalhos na área no século 20. Neste sistema já constavam várias características que observamos hoje: um completo aparato de dispositivos comunicacionais, desde placas até mapas impressos, tabelas de horários e muita propaganda. Johnston, preocupado com a relação observador x legibilidade dos dispositivos informacionais no metrô, desenvolveu uma tipologia baseada nas clássicas proporções romanas que se passou a chamar simplesmente de *Johnston* e é considerada uma das mais influentes no *design* gráfico desde então.



Fig. 29,30 e 31 - Sinalização do London Underground idealizado por Johnston em 1916.

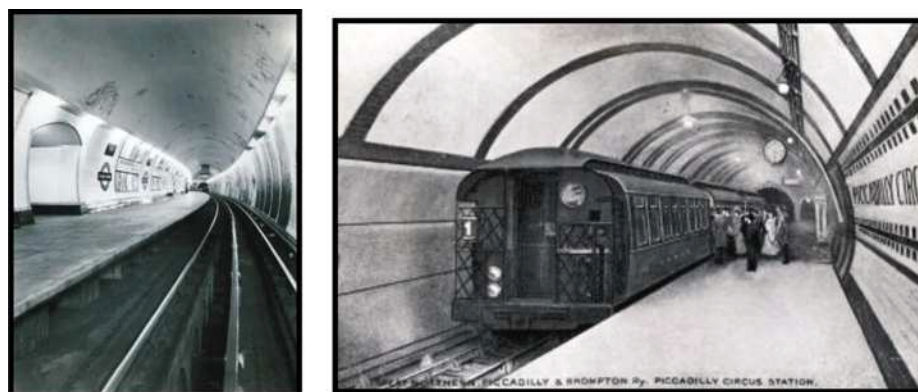


Fig. 32 e 33 - Sinalização original na plataforma de embarque do London Underground.

Quando se fala hoje de *design* gráfico é indispensável falar de David Carson, que é quem extrapolou os limites da experimentação tipográfica, literalmente repaginando a forma de fazer *design* a partir dos anos 1990. Ao contrário dos construtivistas, o *design* que resulta daí explora formas e linguagens, mesmo que em detrimento da legibilidade, colocada em segundo plano. O que importa para ele é o resultado formal. O leitor que resolva como decifrar o texto. A heterogeneidade dos elementos presentes nas peças numa colagem de referências e fragmentações hesita em conceder um significado imediato. Aparentemente são elementos desencontrados e desconexos. Em alguns casos percebe-se de que se trata disso mesmo: pura experimentação em processo.

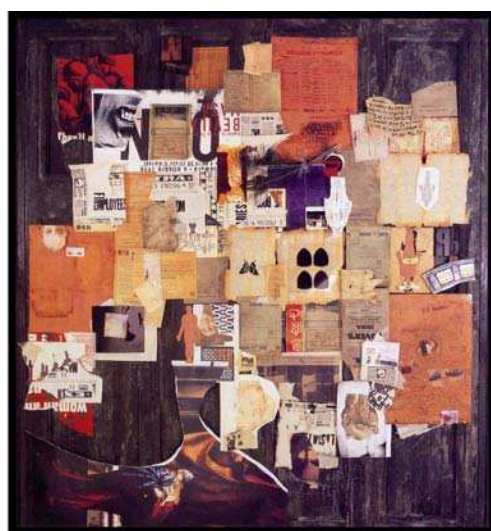


Fig. 34 - Obra estilo colagem de David Carson.



Fig. 35 - Obras de David Carson que exploram a experimentação tipográfica.

[1.4.3] Convivendo com a **Arquitetura**

O relacionamento do Gráfico Ambiental com a arquitetura pode ser definido como tenso. Há um conflito entre o dinamismo da percepção visual, em constante modificação, com o estado de permanência estática da percepção tátil. Hoje, a arquitetura e a comunicação disputam o mesmo suporte: a cidade. Analogamente, a fotografia e o cinema também se servem de um mesmo suporte, a película. Tanto em um caso como em outro, o que os distingue é o movimento. O cinema é imagem em movimento. A fotografia é inerte.

Pode-se afirmar que a arquitetura moderna, ao abandonar a tradição escultural e do ornamento, acabou por se colocar em uma armadilha formal da ordem do não-discurso, do neutro, como uma folha em branco. Arquitetos modernos, ortodoxos em sua ideologia que evita o simbolismo da forma – para expressão ou reforço do conteúdo – acabaram vítimas da necessidade contemporânea de comunicação dinâmica. O prédio limpo com linhas retas

tornou-se o suporte ideal para a Mídia Exterior e certas intervenções do Gráfico Ambiental. Num território de linguagens em interação, o ambiente midiático da comunicação sobrepõe-se. A linguagem da arquitetura, da fotografia, do cinema, da TV, do discurso publicitário, entre outras, hibridizam-se. Essa linguagem sincrética é hoje uma força hegemônica na cultura, enquanto representa um fluxo constante de informação nova em oposição a uma linguagem fixa, sem renovação.

Venturi (2003) abordou a arquitetura com olhares inovadores. Com seu famoso diagrama do pato e o galpão decorado, ele celebra o modelo de prédio que surgiu para caracterizar as manifestações de contradições: um espaço em branco a ser preenchido (espaço vazio ou intervalo) em caixa de concreto cujos significado, função e ornamento, são derivados dos símbolos conectados a ele, tanto posicionados no topo do prédio ou no estacionamento virado para a avenida. A planta do edifício não importa mais; esse galpão pode abrigar uma fábrica ou uma igreja – o que difere uma de outra é o painel na fachada que informa qual o uso social do prédio. Ele defende uma arquitetura como suporte de outras linguagens, ou, como ele mesmo clama, como abrigo com símbolos por cima. A arquitetura com frente retórica e fundos convencionais, voltados a uso e abrigo. A forma deixou de ter função e se transformou em iconografia.

Pode-se afirmar que Rem Koolhaas é um dos grandes arquitetos do pós-moderno. Ele defende uma arquitetura mais ampla, com limites cada vez menos precisos em convivência com a publicidade, o *design*, as forças econômicas. Um de seus suportes conceituais é a arquitetura ampliada na qual vigoram o urbanismo, o *design* e a infraestrutura. Nessa linha, ele concebe a arquitetura sem construção. Para ele, a arquitetura desapareceu no século 20. O ímpeto construtivo em ritmo acelerado produz o que ele chama de *junkspace*, os resíduos da modernização que a humanidade espalha pelo planeta. Construímos muito mais do que precisamos (Koolhaas. 2001:408). O produto construído da modernização não é a arquitetura moderna, mas o *junkspace*; é o que permanece depois que a modernização segue seu curso, o que coagula na cidade. Arquitetura da continuidade espacial, sempre em interiores, tão extenso que mal percebemos seus limites, sem emendas, selado por uma pele como uma bolha.

Falar da relação entre as duas áreas é falar de imposições e jogos de interesse. No entanto, verifica-se que a arquitetura tem se tornado, atualmente, tolerante à comunicação. Mesmo porque, em face de outra crítica dos arquitetos de que o modo de produção da comunicação ambiental era precário e rudimentar, produzindo peças de baixa qualidade, que não combinavam em nada com a preocupação estética desses arquitetos. Hoje em dia essa qualidade supera qualquer expectativa, talvez até por isso, determinando o uso mais freqüente de comunicação em edificações, a comunicação em convivência.

Sempre é complicado fazer generalizações, ainda mais em uma área que ainda estimula a autoria. Há uma busca por um estilo próprio pelos arquitetos, reiterando freqüentemente seu vínculo ancestral com a arte. Vemos que os arquitetos mais renomados transformam-se em grifes de estilo reconhecíveis globalmente. É possível observar que essa *assinatura* dos arquitetos ultrapassa o limite do local.

Isso fica evidente quando observamos prédios nas cidades desvinculados do seu contexto local, ao referenciar formas e materiais que tanto podem ser vistos em São Paulo, Cidade do Cabo ou em Xangai. Estes prédios aspiram a uma condição de mundo completo, uma espécie de cidade em miniatura, separando de maneira radical esse novo e moderno espaço representado por eles, do sujo e degradante tecido urbano que o circunda (Jameson. 2002:66). Experiências compartilhadas, microcidades em megacomplexos. Cada vez mais presenciamos a construção de superempreendimentos, *megabuildings*, cuja atração é a integração em um espaço colossal de locais de trabalho e estudo, centro de compras, moradias, lazer e entretenimento.

O adensamento populacional parece ser reflexo de uma tendência e servir de cura a muitos problemas da contemporaneidade. Dos ativistas ecológicos – pela alegação de que o aumento da densidade urbana possibilita ao homem breçar seu espalhamento e assim diminuir a invasão em outros ecossistemas – assim como a necessidade de ambientes mais seguros (maior capacidade de vigilância), estáveis (clima e temperatura controlada) e facilmente percorríveis (transporte expresso).

O Gráfico Ambiental acompanha lado a lado essa tendência tornando-se mais e mais uma exigência imposta pelo mercado, em função da necessidade de interlocução deste com seu público, na busca de sempre aproveitar qualquer chance que lhe permita isso. Em que pese a seu favor, o Gráfico Ambiental apóia-se na possibilidade de que, a imagem, como linguagem seja facilmente aceita em escala global.



Fig. 36 - Walt Disney Concert Hall, 2003., arquiteto Frank Gehry, em Los Angeles.



Fig. 37
Hotel Unique, São Paulo, 1998, arquiteto Ruy Ohtake.



Fig. 38
Casa da Música, Porto, 2005, arquiteto Rem Koolhaas.

[1.4.4] **Propaganda e Instrumental**

A propaganda é a prática de aplicar *a prática*. Com isso quero dizer que a atenção da propaganda está voltada à observação do cotidiano, porque é aí onde ela estará. Seu olhar atento captura o prosaico, recicla-o e o devolve em forma de anúncios. Por isso, há muito dizem que a propaganda é um espelho da sociedade. Infelizmente, para alguns, e felizmente para muitos, exige-se pouca profundidade dessa imagem refletida. A propaganda procura o que é comum, banal e irrisório no dia-a-dia. Faz isso por necessidade, não por deficiência. Reiteradas vezes afirmou-se que a propaganda opera com semelhanças e não pelas diferenças.

Todavia, com as mudanças ocorridas no mundo na última década, a propaganda também tem sido forçada a mudar. A situação passou, rapidamente, de muito favorável a bastante dramática para ela. A propaganda já não é mais a principal representante, e nem única interlocutora no dinâmico jogo da comunicação. Velozmente, áreas emergentes começaram a irradiar apelos mais sensíveis, que começaram a minar o prestígio da área.

Carl Johnson, antigo executivo de agências como TBWA WorldWide assume que “está quase aceito como fato consumado que o modelo está quebrado e que é chegada a hora de encontrarmos uma nova abordagem”. Com essa idéia, largou seu emprego e entrou em sociedade com outros que pensavam semelhante, para abrir uma nova agência em Nova York e tentar fazer as coisas de um modo diferente. Este é o mote publicitário atual.

Talvez por ter sido estigmatizada com o selo funcional desde seu berço - a propaganda é ferramenta de *marketing*, dizem os especialistas já há bastante tempo - ela tende a instrumentalizar todas as formas de transmissão de mensagens. O que é um bom negócio para muitos, “mercadologicamente” falando. Em tudo o que é novo, a propaganda lá está, desdobrando-se em descobrir o ponto de articulação favorável a ela.

A propaganda foi desafiada a falar agora para o indivíduo, não mais para a massa. Era inviável outrora tentar falar diretamente para o indivíduo. Os custos para se efetivar essa proposta eram exorbitantes e a operação tornava-se inviável. Tanto é assim, que um dos seus parâmetros mais consagrados de eficiência é o “custo por mil”, ou seja, um custo fixado estatisticamente para se atingir mil indivíduos.

O que está forçando a propaganda a caminhar para esse novo patamar de operações são as novas tecnologias de produção. Evidente que as formas tradicionais de propaganda persistem e continuarão a ocorrer. Apenas serão acrescentados outros personagens na cena publicitária. As novas tecnologias de produção possibilitaram três

aspectos fundamentais: descentralização, customização em série e elevação dos padrões de qualidade.

Os novos bens de produção simbólica, de alta tecnologia, romperam o centenário paradigma da concentração em poucas mãos - provocada pelos grandes grupos de comunicação - destituindo alguns oligopólios há muito constituídos. Esses bens tecnológicos pulverizaram a produção de peças, não só mantendo o nível de qualidade anterior, mas elevando-o rapidamente. Com isso, diminui-se o custo de produção dessas peças, por conta da concorrência propiciada pela descentralização. Redes de televisão, grupos gráficos, produtoras de vídeo, editoras, entre outras, foram sacudidas por essa onda de efeitos ainda não mensurados por completo. Randy Falco, presidente e diretor da NBC Universal Television Group, disse em palestra que “toda uma indústria, construída sobre sua capacidade de atingir grandes grupos de pessoas ao mesmo tempo, está tentando se expandir e se transformar, atingindo um consumidor de cada vez” (Elliott, 2006).

Isso gerou uma crise cuja extensão tenta-se avaliar. Os gastos com publicidade nos EUA tiveram grande queda em 2001, a maior desde 1938 (Elliott, 2005). As margens de lucro das agências vêm caindo. A crise pela qual passa o setor tem se refletido no aumento de encomendas de mais e mais pesquisas, tentando-se, a partir delas, entender o panorama atual. Boa parte das verbas tem sido deslocada para “novas mídias”. Na GE (General Electric), a verba para *marketing on-line* é a que mais cresce.

O *Branding* virou fato consumado. O que os anunciantes procuram com esse programa é o envolvimento entre os consumidores e suas marcas. A época de só se buscar *recall* (lembança) terminou. Para Dawn E. Hudson, presidente e executiva da Pepsi Cola North America, a profundidade de experiência com a marca e o envolvimento com os produtos é muito superior ao que se pode alcançar com uma “mensagem rápida e passageira”, como um comercial de TV (Elliott, 2006).

As ações para o *Branding* buscam aproximar os consumidores e as marcas e estreitar o relacionamento que aí se estabelece. Um jeito de se fazer isso é formando ambientes totais, controlados por marcas. As empresas investem em se fazerem notadas por outros sentidos que não só o visual, apropriando-se da arquitetura, do *design* de móveis, do Gráfico Ambiental. Procuram gerar um contato direto com a mente dos consumidores, através do estímulo da adoção ou substituição dos usos e hábitos por outros novos que a incluam: a marca como experiência, como estilo de vida (Klein. 2003:46)

O que as marcam procuram é *ser* cultura. Essa alma cultural é construída a partir de muito investimento. Ao tomar como objetivo fazer parte da vida do indivíduo, as marcas devem conseguir falar com ele, para monitorar seus hábitos e influenciá-lo a estabelecer

outros. Esse cerco ao indivíduo é tão intenso que ele começa a substituir parte de sua personalidade por aquela projetada pelas marcas. Isso é tudo o que as empresas mais desejam: indivíduos conectados e presos a elas por identificação aos conceitos e valores trabalhados pelas marcas.

Então, nada mais natural para as marcas procurarem acompanhar os consumidores nos seus caminhos, nas ruas, nos lugares que freqüentam, nos locais de consumo e lazer e, porque não, nas suas casas e até no seu corpo. Essa formatação ambiental, cujo ciclo se intensifica agora, terá pela frente um campo de atuação praticamente inesgotável a ser explorado.

Em São Paulo, começa a ser mais intenso o movimento de privatização do passeio público através da adoção de ruas, praças e bairros inteiros por empresas interessadas em expor suas marcas. Naomi Klein (2003:62) já via sinais dessa tendência ao comentar que “a idéia de um bairro totalmente privatizado e ‘marcado’ não é tão absurda hoje”.



→ Fig. 39
Anúncio cenográfico da Calvin Klein,
com modelos vivos, em Nova York.

A propaganda agora tenta descobrir como aferir em números esse relacionamento. Joseph Plummer, diretor da Fundação de Pesquisa de Publicidade, dá o tom dessa preocupação ao dizer que “todas as medições que temos hoje são padrões de mídia:

índices de audiência, circulação, classificação, cliques. O que precisamos é uma maneira de determinar como o público-alvo se conectou, se envolveu com a idéia da marca” (Elliott, 2006).

Desde os murais da Coca Cola na década de 1920, pintados diretamente nas paredes dos edifícios industriais nas zonas comerciais das cidades dos EUA, até as gigantografias em impressão digital inseridas em lugares onde deveria haver arquitetura - simulando os próprios prédios - o Gráfico Ambiental, para a propaganda, tem sido um instrumental de muita valia. Tudo indica que isso vai perdurar por muito tempo.

[1.4.5] **Fixo entre Fluxos**

Os Gráficos Ambientais são posicionados no meio do nosso caminho. É impossível deambular pela cidade sem reparar em peças de comunicação, dada a profusão de *outdoors*, placas, totens, *frontlights*, cartazes, faixas, banners, adesivos, táxis adornados com propaganda e muitos outros. A lista é extensa e exige que haja convivência integrada e regulada entre todas essas manifestações comunicacionais.

O Gráfico Ambiental pode ser produzido atualmente em peças com dimensões gigantescas, antes inimagináveis, com um ganho de escala de produção até então pouco presenciado. Rápido, simultânea e globalmente, um projeto de Gráfico Ambiental pode ser espalhado em vários países. É extensamente utilizado em todos os lugares onde haja presença e fluxo de pessoas, principalmente em grandes centros urbanos.

O Gráfico Ambiental está intimamente relacionado ao deslocamento dos indivíduos pela cidade. Pode-se supor que, na hipótese de uma cidade na qual os indivíduos sejam impedidos ou evitem circular, de maneira que se isentem de uma experiência imediata da cidade, um dispositivo comunicativo posicionado nos caminhos seja desnecessário.

O fluxo revela as coisas pelo movimento. Nas megacidades, a vida é agitada. As ruas e avenidas são as conexões que ligam os diversos pontos das cidades. As vias expressas para o transporte individual e transportes coletivos ultra-rápidos são parte da solução para o deslocamento nessa nova estrutura. Mais do que nunca, o Gráfico Ambiental é fixo em dependência do fluxo.

A cidade assume e incentiva a sua característica de se tornar uma passagem. Para o transeunte, os caminhos oferecidos são como obstáculos que o impedem de ir mais rápido do ponto “A” ao ponto “B”. Estamos mesmo, afinal, no limite da era do deslocamento geofísico, da compressão espacial em favor do tempo ou vivemos só um ajuste na relação da percepção espacial causado pelo rearranjo dos sentidos estendidos? O deslocamento

continua sendo exigido, porém a velocidade atua mais intensamente que a sua amplitude. Perguntamos quanto tempo ao invés de qual a distância. A velocidade suprime a paisagem imprimindo ao espaço uma nova dimensão. O indivíduo projetado no tempo perde a noção de distância. Quanto maior a velocidade da travessia, menor será a capacidade contemplativa dos objetos e coisas dos lugares ao largo. A velocidade superficializa a paisagem. Tudo passa em um relance e o olhar fica impossibilitado de se fixar. Desta maneira, os lugares nas cidades são determinados pela velocidade desse tráfego. O entorno é, assim, configurado pelo deslocamento.

O fluxo interage com os fixos continuamente. A dinâmica dos fixos e fluxos do espaço, proposta por Milton Santos (2006), elabora um modelo para a compreensão das transformações em curso no espaço urbano. Os fixos poderiam ser considerados como os sistemas de objetos, cada vez mais artificiais e fixados ao solo e os fluxos, os sistemas de ações. Os dois sistemas trabalhariam de maneira indissociável para a transformação do espaço. Os fluxos atingem os fixos, rompendo sua estabilidade, alterando-os ao extremo, até a inovação. Esta é a gênese dos lugares das cidades, espaços não consolidados e modificados pelo uso. Os lugares não se movem, mas, mudam de significação, adotando ou vinculando-se a outros valores sistêmicos. Nessa dinâmica, igrejas viram supermercados e cinemas viram casas de bingos.

A relação que os indivíduos elaboram entre essas realidades é mediada pelos não-lugares, como definido por Marc Augé. Segundo ele, os não-lugares são designados pelos “espaços constituídos em relação a certos fins (transporte, trânsito, comércio, lazer) e a relação que os indivíduos mantêm com esses espaços” (Augé. 2004:87). As estações de metrô são não lugares por excelência. Sempre pontos de passagem, não são espaços vivenciados. Os não-lugares reais da supermodernidade são essas experiências de mediação de discursos dos indivíduos em pleno deslocamento, convertendo, pelo modo de usar, todo o sistema de objetos em comunicação. Para ele o “viajante fica de certo modo dispensado de parar e até mesmo de olhar” (2004:89) os pontos das cidades, bastando ler os comentários nas sinalizações.

Capítulo 2 >



[2.1] **Estabelecendo relações no meio do caminho**

Em suas “confissões”, o publicitário David Ogilvy (1972) revela que não gosta de *outdoors*, ou *posters* como ele os chamava na ocasião. Em 1963, escreve com todas as letras que nunca viu uma paisagem ser melhorada com a utilização de um deles, e vai além, afirma que o homem atinge o cume de sua vilania quando ergue um *outdoor*. Causa estranheza justamente essa afirmação vir de quem veio, um conhecido divulgador e incentivador da propaganda. Mesmo sincera, a crítica de Mr. Ogilvy agora soa extemporânea. De lá para cá, muito mudou. Hoje, esses elementos não atrapalham mais a paisagem, mas ajudam a compô-la. Da paisagem que ele via e admirava pouco restou. Naquela época, um *outdoor* nada mais era do que um penduricalho comunicacional, descontextualizado. Quase quarenta anos depois, esta comunicação especializou-se, ficando impossível ocultar os efeitos de sua disseminação e transformação.

A posição de Mr. Ogilvy como observador dá algumas indicações de como abordar o assunto. Primeiro, altera-se a expressão *outdoor* por Gráfico Ambiental. Longe querer-se dizer com isso que um substitua o outro. Apenas atualizamos o exemplo e o deslocamos para o contexto atual da pesquisa. Parte-se do princípio de que há uma paisagem anterior à inserção de um Gráfico Ambiental, obviamente ele não esteve lá sempre. Por uma necessidade epistemológica, o termo usado em substituição à paisagem é entorno, compreendido como um sistema formado pela junção de elementos inter-relacionados. O segundo sistema apontado nesse arranjo é o próprio Gráfico Ambiental, que estabelece relações com esse entorno e sugere uma fusão criteriosa da informação com o seu contexto.

Quem completa essa equação é o observador, no nosso exemplo, Mr. Ogilvy. É ele quem confere significado ao sistema, formado então pelo entorno, Gráfico Ambiental (informação) e o observador que é quem distingue que lá havia uma paisagem e uma peça gráfica em relação explícita e direta. Ele é quem constrói o sentido para esse sistema ao interpretar sua composição. O Gráfico Ambiental e sua significação se concretizam quando sua presença produz uma resposta sensível nas pessoas. Aprendemos a ter experiências no interior dos sistemas. Nesse caso, o sistema constrói internamente - através da observação - a informação sobre o seu ambiente, a partir de um programa de propagação informacional, de responsabilidade dos atores comunicativos que interagem dentro deste sistema. Mais do que atribuir uma mera causalidade a essa relação, pretende-se entender a natureza das fricções aos quais os sistemas estão submetidos ao se encontrarem.

A compreensão deste fenômeno informacional pressupõe o conhecimento do processo de geração de sentido que surge por meio das relações constituídas entre esses sistemas em interação. Nesse quadro formal, manifesta-se um sistema tripartido, a partir do qual se estabelece uma correlação sistêmica entre as partes, ponto de origem da formação das bases conceituais que orientam este estudo: entorno (ambiente), Gráfico Ambiental (informação) e observador (usuário).

O arquiteto Frank Gehry, ao resolver seu primeiro projeto notável, uma casa e um estúdio, adotou formas cúbicas simples e criou dois volumes interligados, entre um espaço para moradia e um outro para trabalho, buscando uma relação entre os dois. Gehry revela depois que estava interessado na idéia de conexão, em juntar as peças de um modo bem particular para ele (Stungo. 2000:13). É assim, através das conexões que se dão as relações. Encontradas nos interstícios dos sistemas, as conexões são pontes entre fronteiras em cujo traçado circulam feixes multidirecionais de signos que alimentam o intercâmbio entre os sistemas. A intenção não é a descrição das estruturas desses sistemas, mas, justamente, acompanhar suas relações e conexões. Para efeitos investigativos, porém, não há como evitar algumas descrições, uma vez que estas balizam as direções da análise.

O entendimento do mundo a partir da experiência da informação nova é uma preocupação constante nesse trabalho e representa uma das pedras fundamentais que sustentam esta pesquisa. Em nosso cotidiano, as transformações do mundo geram uma carga excessiva de informação nova, uma velocidade que o entendimento não é capaz de acompanhar. Perguntamos: até que ponto estamos aparelhados para entender essas alterações em nosso entorno, causadas pelo aparecimento de toda espécie de novos recursos tecnológicos que são introduzidos e forçam a pronta adaptação de nossos princípios de sociabilidade? A adaptação dos indivíduos aos diversos desafios da vida depende da capacidade de sua mente operar associações, conferir sentido às informações e compreender os significados dos acontecimentos que vivem. Grosso modo, essa operação parece ser de fácil execução. Todavia, evidências indicam que o contrário é mais freqüente do que o esperado e apontam para constantes dificuldades, seja na captação, como na interpretação dessas informações.

O ambiente é revelado ao indivíduo dentro de um amplo leque de possibilidades interpretativas. Como bem destacou Gibson (1986), o homem alterou o formato e as matérias do seu entorno para alterar também os seus meios e recursos, ao tornar mais disponível o que o beneficia e menos opressivo aquilo que o ameaça. Este não é um novo ambiente, mas o velho entorno modificado pelo homem, ressignificado.

Há na transformação do entorno uma importante estratégia para comunicar. O processo de gerar conhecimento pela percepção a partir de uma informação no ambiente é chamado de percepção ambiental, condicionada pela revelação dos signos do lugar informado. Quanto mais homogêneo é o ambiente, menor é a sua legibilidade. O máximo de homogeneidade permite o mínimo de leitura. Só lemos o que é heterogêneo ou o que se torna saliente à nossa observação pela ruptura dos hábitos e costumes. O texto ambiental não é imposto. Pelo contrário, ele não nos cobra atenção. Por isso, o “hábito de atuar nos mesmos espaços e ambientes faz com que eles sejam cada vez mais iguais e imperceptíveis” (Ferrara. 2004:23) para os indivíduos. O perigo de a percepção ser contaminada ou deformada, portanto, pode se dar no sentido da acomodação de uma dada paisagem tornar-se tão familiar que mal a percebemos mais como informação. Para ela “superar essa opacidade é condição de percepção ambiental”.

O assentamento dos conceitos em voga fornece o respaldo necessário para orientarmos a exposição da análise em eixos temáticos que flexionem os vínculos entre as partes e o todo e conduzam de maneira clara a articulação entre sistemas, definidos a partir de suas gêneses. A proposição principal deriva então, de um lado, em apontar as matrizes elementares que configuram o entorno com o qual o Gráfico Ambiental se relaciona, como também destacar os reflexos da interação entre esses sistemas: ambiente/imagem e informação/ambiente.

[2.2] **Relação 1: imagem e paisagem**

[2.2.1] **A passagem da paisagem em imagem**

A maneira de se deixar ver, apresentada pela paisagem em várias de suas manifestações, serve como referencial e um aprendizado para o homem definir seu lugar no mundo. Ao mesmo tempo, desenvolve sua capacidade de perceber e interpretar o ambiente, estendendo a função da imagem nesse processo de cognição em evolução, ao sofisticar-se discursiva e tecnicamente, sempre mais e mais, até a confluência nas recentes tecnologias de produção de imagens que configuram atualmente nossos ambientes vivenciais.

É natural confundir paisagem e imagem. Mesmo porque a relação entre uma e outra se dá por condições inerentes ao fator humano, as quais são de percepção de seu ambiente como condição da vida. A formação histórica da noção de paisagem é um indicador de como o homem lentamente foi aprendendo a passar de uma fase passiva de apreensão do espaço até admitir a conversão da imagem uma em outra. A passagem da paisagem em imagem indica a idealização do espaço social do homem, que admite viver em uma paisagem construída dentro de um sistema de objetos também construídos.

Há um consenso de que existe um reforço na primazia dos signos visuais na sociedade atual. A imagem, compreendida aqui em seu variado conjunto de produções e representações, é uma necessidade vital da contemporaneidade. A busca por novos dispositivos de criar imagens é uma interpretação da necessidade histórica de se representar e entender o mundo. Como afirmou Mumford (1986:20), a arte surge da necessidade que o homem sente de criar para si mesmo um mundo válido e pleno de significado que faça permanecer em sua consciência as partes de suas experiências mais preciosas, para além de qualquer exigência da mera sobrevivência animal.

É certo que a paisagem apresenta-se como uma imagem. E, como tal, ela é mil ao mesmo tempo, multiplicada pelas inúmeras abstrações imaginadas pelos muitos que a observam. É importante compreender a distinção de uma e de outra, se é que há, antes de empreender o caminho que se inicia aqui.

Procura-se perceber a paisagem como um recorte realizado no espaço e no tempo, a partir de elementos formais de pura iconicidade, combinados mentalmente (por um observador) e registrados em um substrato material (por um operador). O mesmo poderíamos dizer da imagem, uma superfície que pretende representar algo (Flusser. 2002) e que se apresenta para nós como formas e cores.

Para quais paisagens dirigimos nossos olhares? Para aquela que é natural não afetada pela ação humana como querem alguns, ou para aquela que é construída, resultado da combinação entre elementos naturais e socioculturais, modificada pelo homem, também chamada de cultural pelos geógrafos (Lewis.1979:11)? Para a paisagem externa, aquela que conforma os lugares e que vemos quando saímos de casa ou a outra que recolhemos no nosso cotidiano midiático? Se a própria noção de paisagem é tão disputada por várias correntes que se esforçam, cada uma, em defini-la de maneira legítima ao seu pensamento, como será para distingui-la da imagem que a representa, a ponto de nomeá-la como pretendem?

Paisagens são todas essas possibilidades. Parece que a paisagem só existe enquanto descrita ou representada, marcada por seu aspecto visual. Para extraí-la da visão, ela tem que se tornar imagem. Sabemos que a imagem que se forma em nossa mente, proveniente dessa instância geradora que alguns dão o nome de imaginário (Machado. 2002:220), essa imagem mental, para ser exteriorizada necessariamente depende sempre de um mecanismo, seja o conversor fonema-grafema, pela formação das palavras, seja uma mediação técnica para produção das imagens. A paisagem assim como a imagem está associada sempre a um referente. Para Barthes (1984:115), o referente é diferenciado de um sistema de representação para outro. No caso da fotografia é a coisa *necessariamente* real colocada na frente da objetiva. Para ele, a fotografia é uma emanção do referente. Na pintura é *facultativamente* real, já que ela pode simular a realidade. Mais importante do que precisar detalhadamente este conceito é a indicação segura de que na idéia de paisagem, assim como na imagem fotográfica, alguém presenciou esse referente, que virá a ser a própria paisagem. Há uma transmissão de imagem que atinge alguém pelos sentidos e, depois de interpretar e qualificar, registra-a. Essa idéia de exposição ao referente por um observador será desenvolvida no decorrer deste trabalho.

[2.2.2] O surgimento da paisagem

O conceito de paisagem começou a ser construído na Alemanha, ainda na Idade Média, designado "*landshaft*". O termo refere-se a uma região de dimensões médias, em cujo território desenvolviam-se pequenas unidades de ocupação humana. Logo depois na França, a partir da Renascença, falava-se em "*paysage*", cuja definição considerava os arredores em uma conotação espacial delimitada. Nessa mesma época, em meados do século XVI, o termo começou a ser usado mais livremente associando-o à estética, aliando aspectos naturais e representação artística da paisagem. Quase que concomitante, o

paisagismo nasceu pela *arte dos jardins* e significou uma intervenção estilística do homem na natureza (Maximiano. 2005). Tanto na França, como na Inglaterra, esse conceito ao surgir, disseminou-se com força, apesar das diferenças de estilo em cada país. Enquanto na França os jardins eram abertos, sem muros, na Inglaterra eram cercados e confinados.

Por essa indicação, percebemos como o homem começou a relacionar-se com a natureza, diminuindo a percepção de seu caráter hostil e ameaçador, adotando-a de maneira controlada em seu cotidiano. Durante muito tempo, o homem e a natureza estiveram sempre em oposição. Muito antes disso, na antiguidade, a domesticação de plantas e animais, do homem e da paisagem natural, pela configuração territorial, ocorreram simultaneamente (Mumford. 2004:24). O uso utilitário da paisagem caracterizou a ação do homem durante séculos. A intervenção humana se deu a partir da observação das leis naturais passíveis de aplicação na agricultura, com os regimes de cheias de rios, no Egito e na Mesopotâmia, para orientação territorial, com a observação do céu e estrelas, ou ainda conformações geológicas, como elevados, montes e montanhas, utilizadas, por exemplo, para defesa.

Desde a Roma Antiga no século I, poetas como Teócrito celebravam o encanto da vida simples entre pastores, e os artistas evocavam os prazeres da existência campestre. Foi nessa época, no período helenístico, que pinturas de murais, colunas e galerias ilustradas, imitações de quadros emoldurados e de cenários para palcos teatrais foram utilizadas nas casas das famílias abastadas (Gombrich. 1999:113) como recurso decorativo. Até paisagens existiam, algo incomum para a época, já que estas, até então, sempre tinham sido vistas apenas como moldura para as cenas da vida humana ou de campanhas militares, sempre dedicadas à representação antropomórfica. Ainda que não sejam cenas reais desta ou daquela casa de campo, são antes um mosaico dos elementos que constituíam a vida no campo, como pastores e rebanhos, barcos e rios, montanhas distantes.

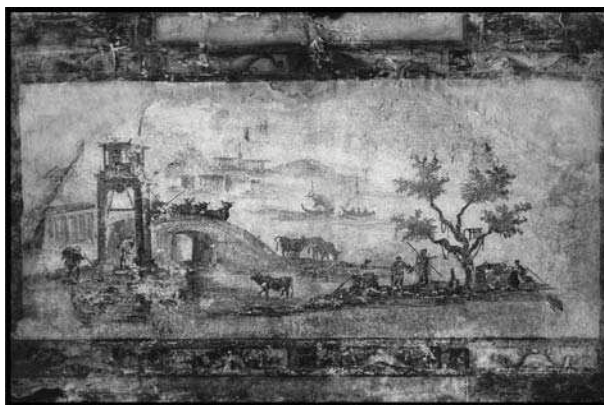


Fig 41. *Paisagem*, século 1 d.C.
Pintura Mural; Vila Albani, Roma

Roma criou aquedutos e viadutos, vias pavimentadas e parques públicos com pérgolas, colunas, pórticos e santuários. Características que foram preservadas nos jardins ocidentais até a Idade Média, os quais eram destituídos de ambientes naturais, recolhidos nas cidadelas de defesa. No fim desse período, abriram-se para o mundo exterior.

O registro da paisagem ocorreu primeiro na pintura, ao se libertar da representação sacra, redescobrimo a natureza e tornando-a o maior tema da arte renascentista do século XV, deixando de mostrar cenas divinas para apresentar baías, campos e cidades (Peixoto. 2004:57). No ocidente, a noção de paisagem foi construída sob influência da idéia de realidade. Pintores vislumbravam a possibilidade de a arte ser usada não só para ilustrar a história sagrada, mas para refletir o mundo real. Desde o Quattrocento, a tentativa era de traduzir a realidade exatamente como ela se apresenta aos olhos.

Nos Países Baixos, por volta do ano de 1430, o pintor Jan van Eyck inovou a pintura de maneira marcante. Por meio da paciente observação da natureza e da realidade retratou temas profanos e o mundo que o rodeava. Ele realizou a ilusão da natureza mediante a paciente adição de detalhe após detalhe até que sua pintura, com impressionante precisão, se convertesse no espelho do mundo visível (Gombrich. 1999:239). A riqueza desse universo de aparências, com cores incrivelmente brilhantes e efeitos de luz inéditos, só foi possível através da nova e refinada técnica da pintura a óleo, desenvolvida por ele. Abandonando a técnica da base de têmpera, comum na época, permitia-o trabalhar detalhes e nuances de cores pela secagem mais lenta da tinta e uso de relevo pela sobreposição da tinta em camadas.

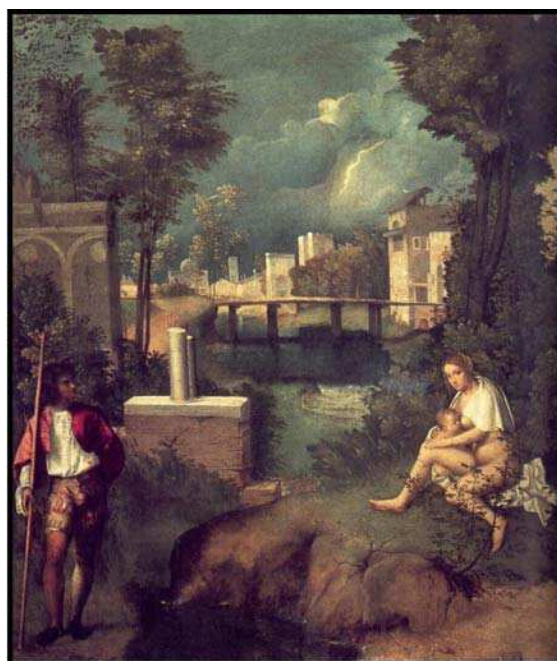
[2.2.3] **A captura da paisagem**

O Renascimento italiano dá início à popularização de dispositivos técnicos construídos por artífices com o propósito de instituir a visão técnica necessária, não mais subjetiva, para reproduzir o mundo de maneira precisa. O artista não necessitava agora imaginar a imagem, cabendo a ele coletá-la na própria realidade. A câmera obscura portátil possibilitou ao artista “recopiar, reproduzir, ou fazer o decalque da imagem que nela se projetava” (Dubois. 2004:129). A presença física do referente (a paisagem) como motivo da pintura era necessária.

Esse é o momento primeiro das imagens técnicas, produzidas por dispositivos técnicos, aparelhos de manipulação da realidade que funcionam pela permutação de símbolos programados e decifráveis (Flusser. 2002:25) através de um programa que contém todas as suas potencialidades de uso. Como exemplo de introdução de aparelho que alterou

e reprogramou o sentido da visão, a perspectiva indica uma intenção do artista em representar, cientificamente verossímil e de maneira fidedigna, o real que ele observa e tenta copiar. Considerada como uma técnica engenhosa capaz de simular a sensação de profundidade, ela introduz uma lente que nos apresenta uma imagem que aparenta ser uma realidade: uma representação (Couchot. 1993:44). A partir desse exemplo entendemos como os aparelhos programam o ato de ver. São como dispositivos que organizam os ingredientes a partir de uma dada receita com o propósito de ativar determinadas respostas em um espectador.

A perspectiva renascentista era encarada como um sistema de representação plástica baseado em leis “objetivas” do espaço formuladas pela geometria euclidiana (Machado. 2002:225). Dessa maneira, ela ofereceria a imagem mais fidedigna do mundo visível. A paisagem no quadro é cada vez mais sóbria, matematicamente controlada, regida por conceitos de simetria e funcionalidade. O Renascimento trouxe a criação da perspectiva, elaborada como recurso técnico para representar uma nova realidade que colocava o homem como matriz dimensional através de estudos de proporção que relacionavam as artes e as ciências naturais.



→ **Fig 42.**
Giorgione
A Tempestade, C. 1508
Óleo sobre tela, 82x73cm;
Academia, Veneza

Do século 16 em diante, as representações da paisagem passaram a ser tratadas como um gênero independente em virtude da descoberta da natureza pelo homem. Um pintor veneziano, Giorgione desviou sua atenção para a natureza e colocou o homem não mais como centro, mas como um dos seus elementos. Essa transformação mudou o curso do gosto moderno (Venturi. 1972:83). Se até então os pintores tinham como objetivo contar

histórias em suas pinturas, Giorgione, inovou ao imaginar uma composição de figuras criando um evocativo senso poético. A arte de Ticiano, influenciada por esse inovador horizonte da pintura, vicejou com essa nova orientação estética. Sem nunca haver pintado paisagens puras, Ticiano foi aclamado pelo naturalismo de suas composições, tornando-se um modelo para muitos artistas no decurso de três séculos.

Já no século 19 aconteceram várias revoluções na pintura com grande impulso para as representações de paisagem, boa parte estimulada pela invenção do tubo de tinta em 1841, que possibilitou aos artistas pintarem ao ar livre, fora de seus ateliês. A pintura nessa época foi marcada pela divisão em duas frentes bem distintas: a precisão do realismo e a informalidade do impressionismo. A representação da paisagem pela pintura estava se tornando a mais importante vertente de arte do século 19. De um lado, Coubert com o seu realismo bem traçado, e de outro, Delacroix com suas cores vibrantes. Paris tornava-se a capital artística da Europa e para onde os artistas do mundo todo se dirigiam. A intenção era estudar com os grandes mestres e participar desse movimento de elevação da arte. O impressionismo valendo-se de sua recém-descoberta liberdade de ação ganhou, com Monet, uma nova orientação: a noção de movimento. Dizia ele que a paisagem alterava-se, pelo movimento da luz e das coisas, e que o pintor tinha que fixá-la imediatamente na tela, por meio de pinceladas rápidas. Sendo assim cuidava menos dos detalhes e mais dos efeitos. A forma dava lugar às cores e aos efeitos mágicos de luz e ar eram mais importantes do que o tema representado.

Com a chegada da fotografia, a pintura defrontou-se com um novo dispositivo de registro de imagens que cumpria melhor a promessa de retratar a realidade com absoluta fidelidade. Era nisso que todos acreditavam em meados do século 19, ainda surpresos com o fenômeno da fotografia e sua nitidez insólita que chegava a assustar (Benjamin. 1996:95). A bem da verdade, esse século estava ansioso e amadurecido para uma invenção como essa. Enquanto uns saudavam a chegada desse novo instrumento, outros deploravam o seu uso para a arte. Esse embate tornou-se a tônica que marcou os primeiros anos da fotografia. Para Benjamin, se a discussão é irrelevante, ela é também a expressão maior de uma significativa transformação histórica. Em todo lugar, pesquisadores procuravam um meio de fixar as imagens da câmera obscura, progenitora incontestada do Quadro Perspectivo, do Diorama e da Fotografia.

Na mesma época em que Joseph Nicéphore Niépce obtinha êxito com sua heliografia, Louis Daguerre desenvolvia uma atração bastante popular, um espetáculo de panoramas animados por movimento e jogos de luz, chamado de Diorama, no qual cenas famosas como panoramas dos Alpes Suíços eram recriados com efeitos ilusionistas através do uso de enormes pinturas translúcidas e luzes especiais (Upton.1985:351). O declínio das

pinturas de paisagens deu-se em grande parte devido ao Diorama (ou panoramas como muitos os chamavam) que, como aponta Benjamin (2006:42), “por meio de artifícios técnicos, era um incansável esforço de tornar os panoramas, locais de uma imitação perfeita da natureza”. A pintura agora segue caminhos próprios e, como reação à fotografia, começa a enfatizar os elementos coloridos da imagem.

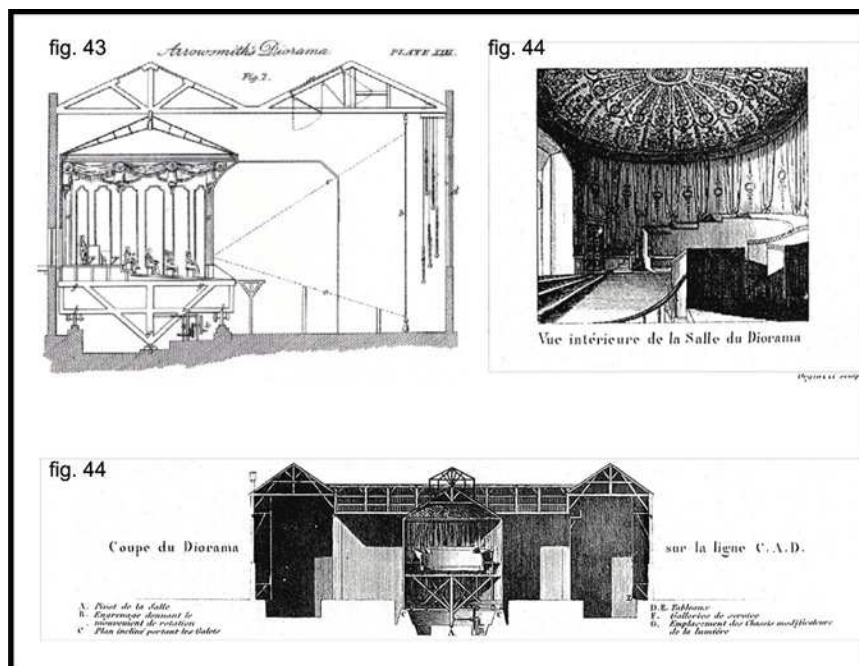


Fig 43 - Diorama de John Arrowsmith, 1823.

Fig 44 e 45 - Diorama de Wauxhall, Paris, 1834.

Em 1826, Niépce escolheu a vista da janela do seu quarto ao realizar sua bem-sucedida tentativa fotográfica. Qual a razão para essa escolha, entre tantas outras possíveis? Muito provavelmente pelo aparato pesado e frágil necessário para realizar esse registro, Niépce comodamente escolheu a janela. A intensidade de luz que o material necessitava para ser sensibilizado era tão excessiva que o tempo de exposição foi de oito horas, o suficiente para o sol mover-se pelo céu e iluminar os dois lados do quintal. De qualquer forma, a primeira imagem fotográfica registrada foi a paisagem vista da sua janela. Vale destacar que ele morava no campo, condição que tornava essa paisagem a sua imagem mais familiar. Algo que ele via todos os dias e que podia ser comparado dia a dia, teste após teste, e refeito se necessário. A história não registra quantas tentativas foram necessárias para ele obter esse resultado, mas é de se supor que não foram poucas. Para Niépce, aquela paisagem era permanente. Além do apego emocional em registrar algo que lhe é próprio - um olhar cotidiano - era, para ele, como se fosse uma paisagem fixa e imutável.

Não obstante, o tema da paisagem, junto com o retrato, foi nos primeiros anos da fotografia o mais explorado, tanto para finalidades artísticas como comerciais. O famoso grupo dos pictorialistas encabeçados por Julia Margaret Cameron e Henry Peach Robinson defendiam com veemência o caráter artístico da fotografia em suas composições, porque, tal como a pintura, para eles, a fotografia buscava a beleza (Sontag. 1983:123). Desde a sua gênese, a fotografia traz em si a herança genética da pintura. Barthes (1984:52) faz referência a este aspecto destacando que a foto de Niépce tem o mesmo enquadramento, a mesma perspectiva de uma pintura; para ele a fotografia era atormentada pelo fantasma da pintura. De fato, toda a terminologia da fotografia é herdada da pintura: quadro, composição, figura, sombra, profundidade e outros.

Assim, o conceito de paisagem foi sendo construído e ampliado, na medida em que historicamente o horizonte de realizações do homem também aumentava e a compreensão e a percepção do seu entorno aguçava e estendia seus sentidos e renovava a sua capacidade de perceber a realidade. Para o entendimento ao qual se dirige este trabalho, convém sublinhar este aspecto de alteração dos componentes constitutivos da paisagem. Progressivamente o homem começou a perceber modificações no seu entorno. Cada vez mais se tornava evidente que essas mudanças davam-se em resposta às interações entre a sociedade e seu habitat, que este entorno não é só construído de fatos naturais, mas inclui a existência humana. Embora o conceito de paisagem esteja intrinsecamente vinculado ao aspecto visual, essa fisionomia da paisagem, ao ser admitida como sua principal característica, ajudou a compreender um fato: o de que existia um todo maior chamado espaço.

[2.2.4] Paisagem não é o mesmo que espaço

A concepção da paisagem como método de abordagem de um espaço geográfico teve início em fins do século 19. Na visão ocidental contemporânea a paisagem é pensada como resultado visual de interações entre elementos naturais e sociais, além de ser, também, uma medida multidimensional de análise espacial. Em meio a confusões e embates terminológicos, Milton Santos dá o seu parecer: paisagem e espaço não são sinônimos. Para ele, a paisagem é “o conjunto de formas” e espaço são “essas formas mais a vida que as anima” . A paisagem lida com um sistema material e o espaço com um sistema de valores. O primeiro se caracteriza por uma dada distribuição de formas-objeto e o segundo da inserção da sociedade nessa formas e objetos (Santos. 2006:103). Por isso, a paisagem é relativamente durável e o espaço se transforma constantemente. Ambos, no

entanto, alteram-se continuamente para poder acompanhar as transformações da sociedade (Santos. 2004:54). E também porque, como veremos, o tempo torna-se componente ativo nessa equação. Enquanto a paisagem admite o tempo contínuo como elemento configurador, passado e presente juntos, elaborando um tempo histórico, uma camada sobre a outra, uma ação de uma geração sobre a outra, o espaço é da ordem do tempo presente, uma atribuição de valor por uma ação dada no momento atual.

A definição de Milton Santos para espaço é “conjunto indissociável de sistemas de objetos e sistemas de ações” (2006:63). A definição de sistema de objetos é ampla, contemplando desde os naturais, observados na natureza, até objetos fabricados, técnicos, mecanizados e cibernéticos. Sistemas de ações seriam os processos, dotados de propósito, subordinados a normas e que envolve um esforço ou motivação.

Estes conceitos, amplamente validados, carregam o justo mérito da distinção em uma linha organizada de análise. Todavia, para efeito de esclarecimento, a preferência neste trabalho recai pela explicação, ainda dentro desse contexto, de um espaço “percebido pela imaginação que não pode ser o espaço indiferente entregue à mensuração e à reflexão do geômetra. É um espaço vivido.” (Bachelard. 2003:19).

Este espaço percebido e vivido significa um apelo tanto para os dispositivos do sentido responsáveis pela percepção que permite a captação dos estímulos, notadamente o visual, manifestados fenomenicamente e dispostos a caracterizar o espaço em suas representações - como também um apelo para o vivido, em termos de experiência social - modo de vida revelado através de uma linguagem que tem como signos usos e hábitos (Ferrara. 1993:151), decorrente do modo de produção que os caracteriza, num jogo dialético entre conhecimento e memória, mediado pela informação.

Estamos na era do espaço, declara Foucault (1984), na era da simultaneidade, da justaposição, do perto e do longe, do lado a lado e do disperso. Não vivemos em um vazio, mas em um espaço heterogêneo, dentro de um conjunto de relações que delineiam posições. Na passagem para o século 20, o movimento moderno nas artes distingue-se pela rejeição ao princípio da unidade; a obra de arte começa a coordenar uma variedade de tempos e lugares e estados de consciência (Read. 1967:118). Existe a idéia do processo que busca manter os elementos numa relação significativa e, por conta disso, tendo que rejeitar a unidade clássica. Para Read, a justaposição é o marco dessa sensibilidade, em oposição à transição linear das artes anteriores, é colocar uma coisa ao lado da outra, sem conectivos. É justamente na relação entre as partes e dessas com o todo que se dá a geração de sentido. O sentido não está nem nas partes, nem no todo, mas fora disso, em suas relações.

A antiga função física dos espaços vem desaparecendo na supressão geográfica das distâncias. Há uma crise do inteiro com suas formas fragmentadas e recortadas, espaços simulando transparência, estruturas variáveis e móveis, ou seja, do espaço formado por formas e substâncias, homogêneo, em benefício de um espaço heterogêneo, onde partes e frações, novamente se tornam essenciais (Virilio. 1993:19) Esta fratura das formas inteiras caracterizará grande parte da produção dos novos dispositivos técnicos comunicacionais.

[2.2.5] **Entre a técnica e a tecnologia: visualidades inauguradas**

Freqüentemente utiliza-se o recurso da adjetivação para distinguir paisagens. Assim, estamos acostumados a encontrar terminologias como paisagem urbana ou rural, natural ou artificial, preservada ou devastada. Quem qualifica a paisagem é o observador, através do olhar. Na contemporaneidade, este ato de olhar está condicionado por aparelhos tecnológicos, que atuam como extensões protéticas, com os quais os indivíduos se acostumaram a enxergar a realidade e o seu entorno cotidiano.

Os panoramas, os quais Benjamin referenciava como uma revolução nas relações da arte com a técnica, são um emblema que simboliza a busca por uma visualidade inovadora a partir da construção de dispositivos técnicos, uma das linhas que sustentam e conduzem esta pesquisa. Parece que lá estavam todos os elementos que configuram certa cena que se repete nos dias atuais. Tecnologias que faziam surgir a todo instante inovações para surpreender a todos e que causavam uma ebulição nas artes e articulações da sociedade em torno de novas idéias. Havia a expansão da cidade e a formação dos centros urbanos cosmopolitas, novidades como são hoje as noções de sociedade em rede, a globalização e a cibercultura. São “expressões de um novo sentimento de vida” (Benjamin. 2006:42). Esses panoramas, para Benjamin, conseguiram trazer a paisagem do campo para a cidade, que se amplia, transformando-se também em paisagem.

A tecnologia sempre procurou criar novos meios de transmissão de informação que rapidamente pudessem disseminar mensagens. A história é rica tanto em exemplos de desenvolvimento de equipamentos que tanto foram aproveitados e aprimorados, quanto como em relatos de tentativas frustradas, curiosas e renegadas. Esses recursos tecnológicos bem-sucedidos, uma vez combinados entre si, evoluem e dão origem a técnicas e artifícios que, por sua vez, compõem outras dimensões comunicacionais, hibridamente compostas em sua estrutura e linguagem. Seguidamente aparecem outras máquinas de visão que vêm para proporcionar outros textos e outras leituras. Um imenso campo de ação foi aberto pela técnica. Além da sua reprodutibilidade inerente, Virilio (1993:

57) alerta para a “súbita multiplicação das dimensões da matéria” e cita Gustave Flaubert: “quanto mais os telescópios forem aperfeiçoados, mais estrelas surgirão”. A identificação dos códigos que compõem a linguagem desses dispositivos permite contemplar textos, onde antes havia apenas rabiscos. O estudo de suas configurações e dimensões sógnicas é uma operação que nos permite ver e entender como se produzem sua visualidade, seus roteiros de legibilidade e como projetam o entendimento para os usuários.

O registro das imagens é a matriz da visualidade. A partir da visualidade, através do impacto que causa no observador, revela-se a condição existencial representativa da imagem e se dá condições de se operar sua leitura e interpretação. A questão da visualidade está relacionada ao ponto de vista do observador. Cada um pode trazer uma percepção particular dos fenômenos em um dado momento, daí sua relatividade. Grandes mudanças na visualidade causam grandes mudanças nos indivíduos. Desde o início do século 20, a profundidade de campo das perspectivas clássicas foi atualizada pela profundidade de tempo das técnicas avançadas, na qual o ponto de fuga, centro onipresente do antigo olhar em perspectiva, cede lugar à instantaneidade televisada de uma observação prospectiva – a transmissão instantânea à distância - de um olhar que vai além das aparências das maiores distâncias, dos espaços monumentais. (Virilio.1993: *passim* 23 -24)

Entre o aspecto construtivo e a interpretação das imagens há o trajeto percorrido pelo observador na tomada de contato com o suporte material e seu respectivo texto, onde atuam as categorias de apreensão do espaço. A primeira qualidade a ser considerada é a condição de ser visível para ser notado. Essa característica, a visualidade, permite perceber a existência da representação espacial em observação. A diferença entre a capacidade de ler um texto e interpretar um texto é entendida aqui a partir de conceitos como legibilidade e leiturabilidade, elencados como partícipes primazes no processo de leitura posterior à visualidade, o qual será detalhado posteriormente na pesquisa.

[2.2.6] **A aventura informacional**

Se falarmos de civilização da técnica em termos próximos do pensamento de Heidegger, estaremos nos referindo a uma modificação do agir humano em técnico, característica da nossa civilização e que dá o tom de sua essência. A técnica, propõe ele, determina nosso agir, nosso pensar e conduzir, interpelando-se produtivamente e substituindo-nos em nossa responsabilidade: é a que cuida das coisas por nós (Critelli. 2002). Não só aludimos aqui ao conjunto dos aparelhos técnicos que se colocam como

mediadores do homem e a natureza, mas sobretudo “o desenvolvimento específico da informação e da construção do mundo como imagem” (Vattimo. 1992:23).

Sabemos que, quanto mais tecnológica a configuração material de um texto comunicacional, mais eficiente sua comunicabilidade pode se tornar, se levarmos em conta o arranjo otimizado entre as técnicas construtivas do suporte e os mecanismos de conjugação sónica que operam conjuntamente na elaboração desse texto. E que quanto mais eficiente a comunicação, mais codificada ela será, se a medida de eficiência for a harmoniosa parceria entre os aspectos construtivos do texto executada pelo organizador e a interpretação bem-sucedida desses códigos pelo observador (ou usuário) na tomada de contato com esse texto.

Muito do que sabemos “sobre nossa sociedade, ou mesmo sobre o mundo no qual vivemos, o sabemos pelos meios de comunicação” (Luhmann., 2005:15). Conhecimento não só apenas da sociedade e da história, mas também o da natureza. O estatuto da fisicalidade não comporta mais a exclusividade das experiências vivenciadas pelos indivíduos e o próprio cotidiano é, em grande medida, vivenciado alhures. O mecanismo interativo sofre distorções e influências de uma vivência dos meios de comunicação, que constroem referenciais distanciados da realidade física, elaborando um real particular. Desta feita, o imaginário, já faz algum tempo, deixou de ser resultado de uma percepção direta da realidade, para se construir tendo como base as representações da realidade observadas em “ambientes editados pela mídia” (Kerckhove.2003:18). Fica evidente perceber que:

(...) o desequilíbrio entre a informação direta de nossos sentidos e a informação mediatizada das tecnologias avançadas é hoje tão grande que terminamos por transferir nossos julgamentos de valor, nossa medida das coisas do objeto para a sua figura, da forma para a sua imagem (Virilio. 1993:40).

Adota-se um novo princípio para o mundo: a crença em uma realidade do imaginário. Para Flusser (2005:9), o homem passa a viver em função das imagens, ao invés de se servir das imagens em função do mundo. As formas tradicionais de representar não dão conta de traduzir o mundo, que se torna mais e mais uma representação de um imaginário técnico e midiático. Há uma flagrante crise de referenciais do real, buscando-se no imaginário estes novos referenciais. Diante disso, a capacidade imaginativa do homem de fazer e decifrar imagens impõe-se de modo decisivo em sua maneira de interagir com o mundo. Livres do vínculo com o mundo físico, as imagens estabelecem relações diretamente com o repertório informacional do receptor, reforçando sua força cultural (Ferrara. 2002:63).

Uma característica da paisagem informacional é a dispensabilidade da experiência imediata, aquela vivenciada quando estamos fisicamente presentes no ato do processo de

experimentação do fenômeno. Quando não podemos ter essa experiência imediata, as mídias é que são as coisas para nós. Saber é aprender a ler a mídia nesses casos (Flusser. 2002:27). O problema é que quanto mais tecnicamente perfeitas as imagens, mais pungentes também se tornam, e mais completamente elas substituem os fatos que originalmente representaram. Os fatos tornam-se não mais necessários assim como a experiência imediata dos acontecimentos geradores dos fatos. A percepção preparada para lidar com as mídias fornece mais do que precisamos. Sabemos das coisas antes de conhecê-las. Acostumados por essa percepção, quando acometidos pela imposição da experiência imediata, automaticamente deturpamos o horizonte físico pela imaginação, executando uma operação mental de tradução da forma em imagem pela passagem do terceiro dimensional para o segundo dimensional, moldando o plano fragmentado.

A arquitetura, no entanto, não consegue se desvencilhar do seu passado mecânico de superação da gravidade e participar da era da mídia eletrônica, afirma Peter Eisenman (2006:602). Na arquitetura, diz ele, ainda é usado o termo discursivo do sujeito humano dotado da visão monocular e antropocêntrica, iniciado na Renascença. Essa visão, continua Eisenman, diz respeito a “uma categoria especial da percepção relacionada com a visão monocular perspectivada”, que permite que todas “as projeções do espaço se resolvam em uma única superfície planimétrica”. Para Venturi (2001) chegou o momento da mudança da substância para o sinal e da forma para a iconografia. Ele propõe que devemos aprender com o próprio ambiente ao redor, uma vez que o contexto ambiental é o que fornece expressão a um edifício, e que mudanças nesse contexto causam mudanças na expressão. Sugere que a arquitetura se ajuste à era da informação, operando a arquitetura do abrigo e da função, desvinculada da forma, que se encontra dominada por conteúdo informacional e decorativo, deixando a expressão arquitetônica derivar livre por outros agentes.

A virada para o século 21 fez emergir novas possibilidades de análise da atualidade e das relações na sociedade sob a ótica informacional. Merece destaque, essa que segue, apresentada por Muniz Sodré (2002), que percebe a comunicação como uma nova esfera de domesticação ao colocar o homem em um novo tipo de morada. Nesse contexto, ele elabora um pensamento que coloca a existência do homem em uma esfera em que o material tem natureza informacional. A sociedade contemporânea rege-se pela midiatização, que não se confunde, nos termos do autor, com *medium*, que por sua vez não se confunde com dispositivo técnico. Para ele, o *medium* é o fluxo comunicacional acoplado ao dispositivo técnico, entendido como o aparelho, cabo, suporte, etc. O conceito de midiatização tem a ver então com uma ordem de mediações socialmente realizadas em um processo informacional a partir de uma *tecnointeração* (prótese tecnológica) da realidade

sensível, o *medium*. A realidade da mídia é discursiva e a linguagem é considerada por ele como mediação universal. Ele explica que:

(...) implica a midiatização, por conseguinte, uma qualificação particular da vida, um novo modo de presença do sujeito no mundo, ou um bios específico (...) midiatização deve ser pensada como tecnologia de sociabilidade onde predomina a esfera de negócios, com uma qualificação cultural própria (a 'tecnocultura'). O que já se fazia presente, por meio da mídia tradicional e do mercado consolida-se hoje com novas propriedades por meio da técnica digital (Sodré. 2002:24).

Assim, de acordo com ele, entramos em um momento na história onde a esfera civilizacional que circunda o homem é espectral, não mais substancial e tátil. É constituída do impalpável, de uma ausência ou presença de luz, de um circuito fechado ou aberto, seja imagem no cinema ou na fotografia. Tudo isso é cada vez menos substancial e mais visual. Essa realidade é outra forma de vida. É um bios midiático, em que bios é igual a existência.

Com o desenvolvimento e a rápida disseminação do uso do computador como ferramenta de trabalho para designers, ilustradores, gráficos e artistas, a peça única voltou a ser possível e desejável na cena produtiva. Sua unicidade não está mais em seu conteúdo, nem em ser fruto do esforço direto do artesão, mas em sua forma passível de personalização, apesar de reproduzida tecnicamente. Essa condição tem sido denominada de customização, que é a capacidade de transformar em único algo originalmente pensado para ser produzido em série. A lista é cada vez maior: *jeans*, carros, interfaces gráficas e apartamentos, adaptados ao gosto do cliente, ainda em sua fase de fabricação. A “especialização em série” da arquitetura moderna possibilitada pelo desenvolvimento de materiais como ferro e concreto ou os produtos seriados das linhas de montagem ameaçam promover uma reviravolta: o que era sistema artesanal é agora customização em série, possibilitada pelo surgimento do computador e suas ferramentas e da última versão cada vez mais individualista da sociedade do pós-modernismo.

As novas tecnologias de impressão parecem corresponder aos anseios dos artistas que, desde a Renascença, desejavam através da pintura tornar o interior das igrejas representações do paraíso idealizado pelo catolicismo em voga e, ao pintar os tetos dessas construções, simulavam uma continuidade desta com o céu, morada de Deus. Era como se na Igreja, o teto deixasse de existir, e esta, em verdade, estivesse fisicamente conectada com os santos, anjos e outros habitantes do paraíso católico. O *trompe l'oeil* é a técnica que ostenta a capacidade de simular a experiência tátil exclusivamente pela visão. Atualmente qualquer pessoa com treino técnico suficiente pode querer ser um Michelângelo e realizar em minutos o que para o artista levou anos. A novidade e o destaque que a

técnica recebe hoje é pelo seu alastramento e as transformações que essa massificação causa na sociedade.

Se na física, dois corpos não podem ocupar ao mesmo tempo um lugar no espaço, na comunicação é possível um espaço ser ocupado por duas imagens simultaneamente: uma imagem conforma e a outra informa. Se a forma pelo seu volume e contorno nos diz uma coisa, o que “realmente” vemos diz outra. São espacialidades ambíguas e dinâmicas. O formato do suporte não mais necessariamente precisa corresponder à imagem. Antigamente, a imagem era construída à semelhança do suporte, para que este não interferisse na obra. A tela e a moldura usadas para suportar a imagem trabalhavam em um nível semântico de submissão de um para com o outro. Se eram interdependentes, agora são autônomos. Por exemplo, se o suporte é uma caixa d’água e a imagem recobre a superfície dessa, ela não deixa de ser o que é: uma caixa d’água, agora evidenciada pela sua silhueta. Isoladamente, a imagem aplicada tem o seu próprio universo referencial. Quem determina o referente é o próprio usuário, dependendo da conexão que este desejar assumir. A paisagem continua uma representação do real; o que mudou é a percepção do que é o real agora.

Vista por vários ângulos, a sociedade contemporânea consolidou uma direção a ser tomada da qual não sai ilesa: uma existência simbioticamente conectada à informação. Adotar novas tecnologias não significa apenas atualizar-se. É, principalmente, comprometer-se com uma nova ordem, sem paralelo que nos ensine como dar respostas às nossas inquietações. Significa ir vivendo o que for *sendo*. O comprometimento a essa nova ordem, com seus riscos e mistérios, é colocado em evidência nesse trabalho.

[2.3] **Relação 2: ambiente e informação**

Desde sempre, o mundo em sua multiplicidade indissociável, apresenta-se para reconhecimento. Sua realidade, sua materialidade, sua geografia, sua inesgotável constelação de descrições conformam uma rede de significações compartilhadas por um coletivo heterogêneo em busca de sentido para os fluxos de estímulos a que estão submetidos. Esse mundo, pelas imagens, sons, cheiros recebidos, pelas texturas, pelas metáforas criadas, pelas significações culturais a nós transmitidas, pelas técnicas materiais, as línguas, os textos e as palavras com as quais pensamos e elaboramos nossas mensagens, tudo aquilo através do qual experimentamos e vivemos o mundo é, precisamente, o próprio mundo.

O mundo é aquilo que percebemos a partir de um conjunto de sensações e é afetado pelos diferentes sistemas que interagem em um lugar comum. Em vida, o ser humano, como todos os seres vivos, nasce munido de instrumentos capazes de interpretar esse mundo: os sentidos. A apreensão do mundo pelos sentidos não deve resumir o ato perceptivo, uma vez que a mente também desempenha importante papel. Se o sensorio é admitido como porta de entrada das informações coletadas no mundo, a mente é que organiza a consciência diante desses fenômenos, em um processo ativo de interpretação.

Para entender o que somos, o que carregamos em nosso interior e porque produzimos um determinado pensamento, torna-se necessário produzir um olhar crítico baseado em uma diversificada plataforma conceitual, para analisar como se dá nossa formação como indivíduos. Nós somos o que pensamos e também o que pensamos que somos, qual seja, a percepção que temos do mundo e a percepção que temos de nós mesmos, idéia em sintonia com Arnheim ao afirmar que “perceber e pensar estão indivisivelmente entrelaçados” (Arnheim. 1997:v). Pensar com os sentidos é a proposta apresentada por ele como união entre percepção e pensamento e que “sem informação do que está acontecendo no tempo e espaço, o cérebro não trabalha” (id, ibid), tornando a operação necessária para gerar conhecimento capaz de influenciar comportamentos. Esse pensamento seria impossível sem uma linguagem que o traduzisse. A linguagem é tida como pensamento em potencial. Cabe uma indagação: o que precede a linguagem? Merleau-Ponty pontuou que não temos nenhum texto para nos confrontar, pois não há linguagem antes da linguagem. Um pouco como fazem “nossas análises de pensamento, como se antes de ter encontrado as suas palavras, ele já fosse uma espécie de texto ideal que nossas frases procurariam traduzir” (Merleau-Ponty. 2004:71). Tudo aquilo que

dissemos ou vamos dizer está contido nessa linguagem. Um texto ideal anterior à linguagem. Deleuze chamou a isso de um *continuum* amorfo atmosférico. Continua ele:

é esse continuum amorfo que representa, por enquanto, o papel de 'significado', mas ele não pára de deslizar sob o significante para o qual serve apenas de meio ou muro: todos os conteúdos vêm dissolver nele suas formas próprias. Atmosferização ou mundanização dos conteúdos. Estamos na situação descrita por Lévi-Strauss: o mundo começou por significar antes que se soubesse o que ele significava, o significado é dado sem ser por isso conhecido (Deleuze&Guattari. 2003:62).

[2.3.1] Interação e entorno

Como já vimos, Gibson (1986:43) nos indica que “a essência de um ambiente é o entorno de um indivíduo” ressaltando a importância dessa ligação entre indivíduo e entorno, o qual, mesmo compartilhado com outros sujeitos, é um entorno privado e único, já que, levando-se em consideração que o indivíduo não esteja observando de um ponto de vista estacionário, mas, em movimento, elaborando, desta maneira, um conjunto de possibilidades de pontos de observação. Muito do que se pretende apreender, parte do entendimento da interação do ser humano com o ambiente, ainda porque, sem este, não há o outro.

Nessa interação, a procura por informações é reflexo do envolvimento do indivíduo com o ambiente e implica no preciso controle de suas ações, condicionando a formação de sua identidade a partir da relação entre ação e uma dada percepção. Se, diante do resultado da reconfiguração do entorno, a partir da inserção do gráfico ambiental, esta percepção faz existir para nós o fora, o observador estabelece o significado dos estímulos do mundo que ativam a vida dos sentidos. A percepção e o mundo sensível são como duas faces da mesma moeda. O indivíduo não está distanciado do mundo, mas mergulhado nele.

Apreender o mundo como fenômeno e representá-lo em mediações possíveis e incompletas é o grande avanço da ciência do século XX: aponta-se para uma nova racionalidade que supera o afastamento epistemológico entre o sujeito e o objeto científicos para envolvê-los na mesma conexão que faz com que o mundo se apresente cognoscível, por que mediado por uma representação que permite ao sujeito se reconhecer no objeto, ou seja, na representação o sujeito encontra reflexos do seu próprio pensar (Ferrara. 2002: 58).

É impossível na descrição do mundo afastar completamente o observador do seu entorno, uma vez que a perturbação causada pela observação é comparável aos próprios fenômenos que estão sendo observados. Essa relação não tem começo nem fim, somente meio. O observador está em meio ao entorno. Nas palavras de Deleuze (*ibid.*:113): “o sujeito

e o objeto oferecem uma má aproximação do pensamento (...) Pensar se faz antes na relação entre território e a terra". Uma vez que o sujeito não está afastado do seu objeto, mas imerso em uma inter-relação, que induz à geração de um outro sistema, que é a própria idéia de relação sistêmica presente no pensamento de Uexküll,

nem objetivista, nem subjetivista (...) mas sistêmica. Isso quer dizer que ele entendia o processo vital como um sistema coerente em que sujeito e objeto se definem como elementos inter-relacionados em um todo maior (Uexküll. 2003:21).

As limitações nas quais o conhecimento individual está circunscrito são aquelas que percebemos e entendemos, visíveis para nós ou, se é isso e mais tudo aquilo que também não está aparente, portanto invisível e ignorado, mas, existente, bloqueado pelas limitações interpretativas impostas pela condições operacionais de apreensão do lugar, transfigurado por conta das modificações dos inúmeros usos e processos que ocorrem em seu território.

Uma outra paisagem está em construção, à qual temos que nos acostumar. Hábitos e costumes reordenados renovam o cotidiano após a tomada de contato com os arranjos ambientais reconfigurados. Como habitantes de lugaridades marcadas por possibilidades imprevisíveis, cada vez mais convivemos com interferências em nossos ambientes, submetidos a conseqüências que alteram radicalmente nossa maneira de viver.

Paisagens outrora criadas para promover integrações entre indivíduos e sociedades, passaram agora a criar conexões com uma outra realidade. De quantas realidades somos capazes? De todas possíveis. Qualquer realidade é uma construção subjetiva na qual cada um busca atribuir sentido a um objeto a seu modo. Sebeok nos diz que o mundo, como é percebido, depende fundamentalmente de todos os órgãos sensoriais do organismo, e da forma como o cérebro integra os sentidos com os eventos da mobilidade - que devem estar alinhados com o seu modelo de realidade, que é o conjunto de signos que o sistema nervoso consegue assimilar. Ele sintetiza o raciocínio:

cada organismo está bem dotado como para obter uma certa percepção do mundo exterior. Cada espécie vive em seu próprio mundo sensorial, para o qual outras espécies podem estar parcial ou totalmente cegas. O que um organismo detecta em seu ambiente é sempre nada mais que uma parte do que está a seu redor. E esta parte é diferente segundo os organismos (Sebeok. 1994:123).

Assim, todo organismo adota um procedimento para conhecer o mundo que é a construção de um modelo *a priori* de funcionamento dos signos que se movem neste mundo. Peirce ao afirmar que

percebemos aquilo que estamos preparados para interpretar (...) enquanto isso, deixamos de perceber aquilo para cuja interpretação não estamos preparados, embora exceda em intensidade aquilo que deveríamos perceber com a maior facilidade se nos importássemos com sua interpretação (Peirce. 2003:227).

reforça o caráter interpretativo da percepção e da necessidade de um repertório *a priori*, um modelo, através do qual a tomada de consciência do fato se dará através de associações conscientes e inconscientes entre vários elementos. É uma interpretação, como é a própria percepção do fato, já que ao perceber, como esclarece Peirce, estamos fazendo abduções, tentando explicar o mundo exterior, interpretando-o. Aqui cabe explicar o conceito de abdução de Peirce, segundo o qual é:

o processo de formação de uma hipótese explanatória. É a única explicação lógica que apresenta uma idéia nova, pois a indução nada faz além de determinar um valor e a dedução meramente desenvolve as consequências necessárias de uma hipótese pura (*id, ibid*,:22).

A abdução é a hipótese explicativa, isto é, todas as possibilidades de explicação, dentro das quais escolhemos uma ou mais para teste. Entende-se porque ele relaciona abdução com instinto. A importância deste conceito no pensamento de Peirce fica aparente quando alinhavado por ele com a classe dos juízos perceptivos, que juntos compõem a noção de interpretação. Parece que Peirce quer deixar claro que juízo perceptivo é necessariamente interpretativo e que já conteria em si o elemento hipotético do pensamento abduutivo. Este vigoraria quando da iminência de algo novo e surpreendente que pudesse exceder nosso repertório e contrariar nossas expectativas. Assim, os fenômenos, que por sua estranheza e singularidade atuam sobre nós, irão interferir em nossos hábitos e crenças, alterando-os.

[2.3.2] Crenças e hábitos

Por força do hábito é uma expressão popular bastante usada para indicar repetição freqüente de um uso ou costume realizado de modo quase automático. Como se programados para reproduzir sempre um mesmo processo, transformamos nosso cotidiano em uma rotina sem questionamento. A ordem é perpetuar os ditames apreendidos. Peirce dizia que a essência da crença é a criação de um hábito. Daí para o convencionalismo é um passo. De tanta repetição, fundamos uma crença.

Pirandello nos brindou com um romance memorável, escrito em 1926, no qual seu protagonista, Vitangelo Moscarda, após um *insight* que lhe acomete a partir de uma revelação irônica de sua esposa - de que seu nariz era torto - dá-se conta de que não possuía uma visão própria da realidade e se revolta contra esse determinismo de causas indefinidas para ele. A vida até então era mansa e plena de certezas. Suas crenças sustentavam seu pensar de maneira inabalável. A intranquilidade em seu espírito seguida a esse acontecimento reflete as mudanças no pensamento da época, intensificadas pelos descobrimentos da ciência e das artes. Em um instante ele percebeu que, ao longo de sua vida, a imagem que tinha de si mesmo havia sido construída pelos outros. Assim, havia mais de cem mil “eus” espalhados, todos construções subjetivas do que ele realmente era. Conseqüentemente, não havia nenhum. Disposto a mudar essa relação, a ser um, tornou-se obcecado em conhecer e decompor as imagens que dele faziam seus concidadãos. Pirandello desvendou todo um sistema de normas de comportamento social, regras e costumes. Em meio a seus delírios, Moscarda discutia consigo mesmo:

vocês acreditam que podem conhecer a si mesmos sem se construírem de algum modo? E que eu possa conhecê-los sem construí-los um pouco a meu modo? Podemos conhecer apenas aquilo que podemos dar forma (...) A realidade que tenho para vocês está na forma que vocês me dão; mas é realidade para vocês, não para mim. A realidade que vocês têm para mim está na forma que eu lhes dou; mas é realidade para mim, não para vocês. E, para mim mesmo não tenho outra realidade senão na forma que consigo me dar. Como assim? Construindo-me (Pirandello. 2001:66).

Segundo Peirce, a fixação de uma crença é atingida pela ação do pensamento e antecedida por um estado de excitação própria da dúvida. Em muitos casos, a força do hábito poderá levar o sujeito a prender-se durante um tempo a crenças já arraigadas, mesmo sabendo-as sem fundamento, como no nosso exemplo.

A dúvida significa um necessário momento de reflexão que possibilita a escolha do caminho a trilhar. Assim define Flusser o tema:

a dúvida é um estado de espírito polivalente. Pode significar o fim de uma fé, ou pode significar o começo de uma outra (...) Em dose moderada estimula o pensamento, mas em dose excessiva paralisa toda atividade mental (Flusser.1999:17).

A dificuldade de revisão das crenças atesta uma natureza humana tanto insegura quanto crítica da inovação, acomodada pela certeza. A dúvida desfaz a ingenuidade e, embora possa produzir uma fé nova e melhor, esta não pode mais ser vivenciada como boa.

As certezas originais, abaladas pela dúvida, são substituídas por novas certezas, mais refinadas e sofisticadas, porém não mais originais, exibindo a marca da dúvida que lhes serviu de origem.

A partir deste ponto, surge um processo de contaminação de pessoa a pessoa, uma metástase sensória, uma forma de contágio de significações compondo uma rede de percepções programadas anulando a possibilidade da inovação. Dessa forma, uma percepção dotada de significação é inoculada em um indivíduo, que reage e por sua vez inocula em um próximo, e dessa maneira,

a interpretação estende-se ao infinito, e nada jamais encontra para interpretar que já não seja uma interpretação. Assim, o significado não pára de fornecer novamente significante, de recarregá-lo, ou de produzi-lo. A forma vem sempre do significante. O significado último é então o próprio significante em sua redundância ou seu excedente (Deleuze&Guattari. 2003:65).

[2.3.3] Palavra breve

O pensamento seria impossível sem um sistema de símbolos e sinais que o traduzisse. Esse sistema é a língua, que pode ser definida como o suporte material de um sistema de sinais e dos conceitos semânticos desses sinais e que para Flusser é igual à totalidade daquilo que é apreendido e compreendido, isto é, a totalidade da realidade. (Flusser. 2004:201). Tudo aquilo que dissemos ou vamos dizer está contido nessa língua.

No entanto, assim como usamos a língua como um instrumento para nos expressar, a língua da mesma forma e ao mesmo tempo nos modifica e influencia. É preciso destacar que a linguagem não é só esse conjunto de regras gramaticais que usamos para tornar nossos sons inteligíveis. Ela interage com o indivíduo e é a ponte de ligação do indivíduo com o grupo social no qual está imerso. Dito de outra forma a língua, enquanto ponto de partida social do pensamento individual, é a mediadora entre o que é social, dado, e o que é individual, criador, no pensamento individual. O que aprendemos vem através da língua. Nela está contida todo um conhecimento anterior, toda a carga de experiências vividas e selecionadas de gerações anteriores à nossa. Desde conhecimentos básicos, instintivos, ligados à nossa sobrevivência e relacionados à preservação de nossa espécie, até formas mais sofisticadas de pensamentos conceituais ligados, por exemplo, às artes e às ciências.

Nascemos com a capacidade de aprender e falar. A língua se apropria das experiências anteriores, parte para repassá-las; apropria também nossas experiências individuais e por sua vez irá repassá-las às gerações futuras, num ciclo contínuo. O seu significado depende de quem a está empregando, ou seja, é fruto de uma ação recíproca

entre pessoas de um grupo social. No dizer de Bakhtin, a palavra é o fenômeno ideológico por excelência. A realidade toda da palavra é absorvida por sua função de signo. A palavra não comporta o que não esteja ligado a essa função, nada que não tenha sido gerado por ela. A palavra é o modo mais puro e sensível de relação social (Bakhtin. 1992:36).

Atravessando a teoria semiótica, é possível uma definição de signo como sendo a menor unidade da linguagem dotada de sentido. Portanto, quando é ressaltado o caráter de signo ideológico da palavra está se querendo dizer que a palavra adquire um sentido que ultrapasse sua própria particularidade. E é exatamente nessa distância, no intervalo entre a coisa e sua representação sónica que reside o ideológico. É importante entender as implicações dessa ideologia. Dentro do nosso problema isso quase quer dizer que tudo o que elaboramos com a linguagem é carregado de ideologia. Essa ideologia começou a ser apresentada a nós no processo de aprendizado. A ideologia nasce no nosso cotidiano. Uma vez que os signos só podem ser constituídos dentro de um grupo social, nunca apenas num único indivíduo, mas, sim entre indivíduos organizados, formando assim o seu meio de comunicação. Mas, se os signos são frutos de uma experiência exterior, social, em entra o individual, ou melhor, a nossa consciência individual, que é afinal o que pretendemos identificar? Isso fica mais claro se compreendido como surgem as ideologias.

Na análise marxista de Bakhtin, a infra-estrutura é quem determina a ideologia. De acordo com a visão marxista existe a infra-estrutura que é a base, a realidade, o campo econômico do dia-a-dia. A superestrutura são as idéias, como política, filosofia etc. Os conflitos, os interesses dos acontecimentos na base é que dão surgimento às ideologias. Sabemos que sem signos não existe ideologia. Assim como os signos, a consciência individual é formada no exterior e não no interior do indivíduo e a consciência adquire forma e existência nos signos criados por um grupo organizado no curso de suas relações sociais (op. cit.). A consciência individual recorre aos signos para se construir e desenvolver, sendo seu único conteúdo, sem o qual ela não existe.

[2.3.4] Ideologia e estereótipo

É necessário entender claramente essa função ideológica da palavra. Ela é a forma mais imediata e básica de relação social entre os indivíduos. No entanto, a palavra, quando transmitida, vem carregada com outro significado, algo além de si mesma. Se foi chamada de ideologia, também pode ser chamada de estereótipo. Palavra e estereótipo estão fortemente relacionados. É muito difícil conseguir distinguir o caráter conceitual do aspecto estereotípico da palavra. Mas, se ficou claro como a consciência individual só existe no

âmbito do campo social, podemos supor que outros fatores atuam na consciência individual a ponto de influenciar o comportamento de uma pessoa, que é o escopo dessa análise. O estereótipo tem um papel decisivo como fator de influência nesse comportamento. Ele estampa um significado na mente a ponto de não reconhecermos a existência dele, e que vem a alterar a percepção e conseqüentemente a ação, traduzida em comportamento.

Diz Walter Lippmann (1980:151) que “na maior parte das vezes, não vemos primeiro para depois definir, mas primeiro definimos e depois vemos”. Tal economia de pensamento, como diz Lippmann, é uma forma cômoda de percepção da realidade. Ao não se dar ao trabalho de construir uma percepção própria, adquire-se uma pronta para uso. No dizer de Mikhail Bakhtin “converte-se, assim, em signo o objeto físico, o qual, sem deixar de fazer parte da realidade material, passa a refletir e a refratar, numa certa medida, uma outra realidade” (*ibid*:31). Mas, se os estereótipos parecem *vírus* conceituais, como nos contaminamos? Justamente no processo de formação da linguagem, quando a educação transmite o saber social acumulado, não só sob a forma da linguagem na sua unidade com o pensamento, mas, também sob a forma dos sistemas de valores e, por conseqüência dos estereótipos dos comportamentos humanos. Conseqüentemente sofremos a contaminação dos estereótipos desde cedo e imediatamente os colocamos em prática de forma pragmática. Se nossa visão de mundo é contaminada de estereótipos, portanto as nossas opiniões também o serão. Lippmann afirma que isso é uma forma cômoda de percepção da realidade, a qual denomina de economia de pensamento. Não nos damos ao trabalho de construir uma percepção própria. Adquirimos uma pronta para uso, pois nem sempre estamos dispostos à aventura da percepção; mais fácil enxergarmos as coisas que povoam nosso mundo através das mediações impostas.

Os piores problemas acontecem quando defendemos essas visões impostas como sendo um conhecimento inquestionável e imutável. Trocamos inicialmente nossas próprias opiniões pelas alheias porque acreditamos nas instituições que estão aí para nos educar. Não geramos conhecimento que seria, segundo Adorno, a opinião verificada. E se ficamos passivos utilizando opiniões alheias, a nossa consciência se enfraquece, tornando-nos acomodados e conformistas, com grandes chances de desenvolvermos preconceitos com graves conseqüências em nossos comportamentos. Na medida em que nos tornamos indivíduos sociais precisamos ficar atentos aos elementos que aderem e se incorporam à nossa estrutura. São esses que vão nos moldar enquanto consciências individuais, para que possamos desenvolver um conhecimento próprio, isento de estereótipos e preconceitos, conscientes dos mecanismos de dominação ideológica do sistema social em que estamos inseridos, no curso de nossas vidas, no prosseguir do nosso cotidiano. Canevacci, ao falar

de comunicação urbana, envereda pelo mesmo caminho e atesta a formação e cristalização de estereótipos também nos espaços urbanos. Ele diz que esta é uma comunicação do tipo:

...dialógica e não unidirecional. Em algumas paisagens urbanas, com o passar do tempo um conjunto de signos se estratifica (na memória individual, de um casal, ou de um grupo), tornando-as exemplos de alguns comportamentos que podem criar tendências, isto é, retomam os movimentos comportamentais de estratos significativos da população, os quais terminam por assumir uma função que atrai também os outros estratos, como um modelo em que se experimenta e se realiza o grande jogo dos códigos urbanos (Canevacci. 2004:23).

[2.3.5] **Memória e cultura**

Hábito sugere um sistema de normas e regras, indica também repetição em um eixo temporal, evidenciado pela disposição de algo se ajustar num determinado tempo histórico dentro de uma civilização. Não se atribui hábito à primeira vista. Na memória, os hábitos são gravados, arquivados e, posteriormente, ativados pela experiência cotidiana. É a base da experiência futura, ou seja, do que se tem hoje, a partir de experiências passadas, que moldarão pensamentos e comportamentos futuros. A memória, então, processa e armazena todo um conjunto de experiências com o propósito de operar ação, de maneira análoga a um sistema operacional (programa) de computador. Todo um conjunto de mecanismos de controle, regras e instruções que comandam o comportamento humano e que transformam a experiência imediata em um sistema de signos.

A memória coletiva, para além da consciência individual, que “não apenas armazena informações como também funciona como um programa gerador de novos textos, garantindo assim a sua continuidade” (Machado. 2003:54), é chamada de cultura. Lotman adota como concepção de cultura “todo o conjunto de informação não hereditária como a memória comum da humanidade ou de coletivos mais restritos nacionais ou sociais” (Lotman. 1981:101), considerando cultura como sistemas comunicativos baseados em um sistema semiótico que é a linguagem cultural.

A cultura poderia ser examinada como um sistema de textos que podem ser armazenados e transmitidos, que necessita não só de um código para decifrá-la, como também de um sistema complexo de construção de modelos culturais do mundo. A semiótica da cultura ajuda a descrever as relações existentes entre diferentes sistemas, assim como a entender o emprego de um determinado signo em conteúdos modificados. Vem desta teoria a idéia aqui em uso de texto, como qualquer comunicação que se tenha registrado num determinado sistema, como também a sua transformação de sentido, propiciada pelo contato entre diferentes sistemas de signos.

Para Lotman, a cultura tem em seu interior um dispositivo estereotipizador, isto é, ela transforma elementos em estereótipos, para poder organizar estruturalmente o mundo que rodeia o homem, gerando estruturalidade, no sentido de dotar de estrutura os sistemas que, por natureza, não dispõem de um modo organizado ou de uma codificação para a transmissão de mensagens a partir de uma linguagem natural. A estruturalidade é o ponto de partida dos sistemas modelizantes e se define como uma fonte ou um modelo a ser aplicado. Modelizar é conferir estruturalidade e corresponde à busca de uma gramaticalidade, uma organização da linguagem, a um sistema cultural.

[2.3.6] Informação Disponível

Já que as noções de cultura e informação estão fortemente relacionadas, melhor apreciar de perto o conceito de informação mais adequado ao trabalho, já que seu uso é bastante utilizado. Pelas pioneiras teorias matemáticas de Shannon, todo conteúdo específico da informação poderia ser abstraído, restando apenas a forma de decisão entre duas alternativas possíveis. A unidade básica de informação seria um dígito binário, a quantidade mínima de informação necessária para escolha de uma mensagem afirmativa ou negativa, um ou zero. Em consequência, a informação passava a ser considerada independente do meio de transmissão utilizado. Qualquer informação poderia ter sua eficiência observada em qualquer mecanismo transmissor, isto é, os processos cognitivos poderiam ser estudados isoladamente, sem fazer referência ao instrumento portador da mensagem.

A cibernética de Wiener tem suas bases apoiadas na teoria da informação shannoniana. Wiener (1968) passou a denominar de cibernética todo o campo da teoria de controle e da informação, ao mesmo tempo em que traçava um paralelo estreito entre o funcionamento do organismo vivo e as operações de uma máquina de comunicação. Essa teoria tinha como base não apenas a relação comunicativa entre sistemas, mas a noção de que a troca de mensagens entre eles e o processamento das mensagens no interior dos sistemas revelavam uma batalha para controlar a medida de desorganização presente nesses processos, isto é, a tendência da natureza de degradar o orgânico e de destruir o significativo, a tendência de a entropia aumentar. Portanto, o que as teorias de Shannon e de Wiener colaboram neste ponto para o entendimento do conceito de informação é para a formulação de uma teoria que apresenta o esquema de transmissão de informação e a noção de codificação/decodificação de mensagem.

A mensagem parte de uma fonte, onde é codificada e emitida através de um transmissor, passa por um canal de comunicação e chega ao receptor depois de atravessada por um sistema de decodificação. Abraham Moles ao recorrer a essa matriz teórica considerou informação em termos quantitativos mas, também, em termos de seu valor de uso, isto é, como o receptor faz uso dos seus conhecimentos para determinar sua conduta. Assim, tanto maior é o valor da informação quanto maiores forem as modificações no comportamento do receptor, o que quer dizer informação não necessariamente mais longa e sim, mais nova. O valor está ligado ao inesperado, ao imprevisível, ao original (Moles. 1978:36). A teoria de Wiener deu aos fenômenos comunicacionais um outro nível de descrição, seja ao colocá-los no centro da investigação de como é possível conhecer as mensagens, seja ao revelar as condições entrópicas em que se dão o trânsito das mensagens; ou, ainda, ao demonstrar que a capacidade de trocar mensagens nem sequer é uma competência exclusiva dos humanos. Ao usar um novo conceito na Física, o dos processos de não-equilíbrio, a que chamou de entropia, inovou ao usar esse conceito para auxiliá-lo na formulação da sua teoria da informação.

Essas teorias combinam importantes noções que encaminham a definição de informação para algo que é basicamente transmissível entre emissor e receptor com algum tipo de intermediário de transmissão envolvido no processo. No entanto, sabemos que a informação disponível no ambiente não é transmitida por um canal. Neste aspecto, o entendimento do conceito gibsoniano de informação é central para a compreensão da atividade humana e suas relações com o meio ambiente, com referência especial aos processos de percepção, cognição e ação.

Para Gibson (1986), a informação é exterior ao indivíduo, estando disponível e não necessitando ser interpretada. Para ele, o mundo não *fala* ao observador. A informação simplesmente está lá. É como assumir que o ambiente é a própria informação. Luz, sons, texturas, odores, estarão lá para todo o sempre, sugerindo uma inesgotabilidade da informação. A informação disponível para a percepção não pode ser interpretada como um conhecimento comunicado ao receptor e nem mensurada como Shannon propôs. Gibson nos diz que:

a informação do arranjo-ótico difere radicalmente da informação de entrada sensorial. É informação na luz, não nos impulsos nervosos. Envolve projeção para um ponto de observação, não comunicação entre emissor e receptor. Está fora do observador e disponível para ele, não dentro do observador. Apenas tem que ser assistida, não tem que ser interpretada¹.

¹ GIBSON, James J. *Information in Visual Theory* in: < <http://www.huwi.org/gibson/theory.php> > extraído em 30/03/2006 Texto original: "Optic-array information differs radically from sensory-input information. It is information in light, not in nervous impulses. It involves projection to a point of observation, not communication between a sender and receiver. It is outside the observer and available to him, not inside the observer. It has only to be attended to, it does not have to be interpreted". Tradução do autor.

É importante entender que para Gibson, mesmo que a informação seja visual e passe pelo sentido da visão, não significa dizer que é transmitida por fibras nervosas através de algum tipo de código sensorial. A informação não é exatamente uma luz que ativa os fotorreceptores, ela está na luz que ativa o sistema; a informação pode ser entendida como uma especificação do ambiente e não como uma especificação dos receptores do indivíduo. Luz, na concepção gibsoniana, é luz ambiente, como resultado de iluminação, e se projeta a um ponto de observação. Esta pode ser entendida pela luz que circunda um determinado ponto, em um espaço ocupado pelo observador. Para Gibson, trata-se da informação sobre um ambiente para um animal. Ele afirma que esta apresenta dois aspectos inseparáveis – informação sobre o ambiente, denominada de invariantes e informação para o indivíduo, denominada de *affordances*. Uma *affordance* aponta para os dois sentidos, tanto o ambiente como o observador. É um fato do ambiente, e é um fato do comportamento. Hall diz que uma cena contém informações que se compõem a partir de uma série de elementos diferentes (Hall. 2005:235). O ambiente, para Gibson, não é o mesmo que o mundo físico, aquele descrito pela Física. O ambiente de animais e homens é o que eles percebem.

[2.3.7] Do processamento da informação ao processo de significação

O que se busca é compreender como se dá, dentro de uma perspectiva ambiental, a relação entre indivíduo e ambiente até o ponto em que se dá a significação, deste com aquele. A significação como um processo, não como algo acabado e a informação como variável, não como algo transmissível. Lotman aporta uma explicação segura sobre o assunto:

a vida de todo ser representa uma interação complexa com o mundo que o rodeia. Um organismo incapaz de reagir às influências externas, nem de aí se adaptar, pereceria inevitavelmente. A interação com o exterior é atividade de recepção e deciframento duma informação determinada. O homem é inevitavelmente arrastado num processo intensivo: ele está rodeado por uma vaga de informações através das quais a vida lhe envia seus sinais. [Porém], se estes sinais não são entendidos e a informação não é compreendida, perdem-se possibilidades importantes na luta pela sobrevivência (Lotman *apud* Machado. 2003:149).

A capacidade de processar a informação em códigos é condição da vida. Para Luhmann (2005:38) o código é formado de dois lados, o interno e o externo. Entre eles há uma distinção, uma diferença condutora que determina as operações que pertencem ao sistema e aquelas que ocorrem no ambiente externo a ele. O sistema idealiza uma visão

dúplice do mundo a partir da qual podem ser assinaladas e ordenadas diferenças. O código, desde o seu interior, ordena os elementos do mundo sob a forma de informação, que distribui para as redes das relações sociais. O código emerge como um esquema que permite compreender o mundo como um conjunto ordenado de semelhanças e diferenças, de forma a torná-las acessíveis à comunicação, uma chave que permite a escolha dentro de um conjunto de possibilidades. O pensamento de Luhmann não é limitado por essa idéia de código informação/não informação. Para ele são necessários também programas que “classifiquem aquilo que pode ser esperado como informação e o que permanece sem valor informativo” (Luhmann. 2005:38). Essa informatividade, caracterizada como qualidade imprevisível da informação, ajuda a entender a necessidade de codificação/decodificação como operador da compreensão de um texto. Quando detectado um novo tipo de informação no sistema, um novo código deverá ser criado para processar essa nova informação. Daí, o conceito de informação de Bateson ser preciso para Luhmann.

Segundo Bateson, informação pode ser sucintamente definida como “qualquer diferença que num acontecimento posterior faz a diferença” (1972:381), referência à cibernética já lidada aqui. Esta explicação aponta para o princípio do processamento da informação: só há o reconhecimento da informação após esta ter sofrido uma transformação avaliativa na mente. O *input* sensorial não é responsável isoladamente pela categorização da informação. Após o *input* básico, através de mecanismos processadores (programas) que acessam a memória, há a identificação e a interpretação da informação.

Este princípio nos leva a considerar todo o processo de significação como um jogo formal de diferenças. A própria linguagem é sempre um relacionar de significados, e processos de significação são jogos de diferença a partir de leituras. Todas as leituras são possibilidades de leituras, mas apenas algumas serão legitimizadas, isto é, apenas algumas serão aceitas como válidas dentro de determinada comunidade interpretativa, como explica Ferrara (2004:7):

toda ação interpretante é, pois, uma relação entre uma representação presente e outras representações possíveis, eventuais e virtuais. O resultado dessa relação é o significado de uma linguagem.

A necessidade de evidenciar e elencar estas conexões, é para que através das ligações estabelecidas entre as partes, uma nova significação destaque-se do emaranhado original e fique em evidência para ser relatada. Deleuze desenvolve a idéia de que

é preciso, então um mecanismo secundário a serviço da significância: é a interpretância ou interpretação. Neste caso o significado assume uma nova figura: deixa de ser esse *continuum* amorfo, dado sem ser conhecido, sobre o qual a rede dos signos lançava sua malha. A um signo ou a um grupo de

signos corresponderá uma parte de significado determinado como conforme, conseqüentemente conhecível (Deleuze&Guattari. 2003:65).

Dependendo de como arranjamos este sistema obtemos conexões que nos dão conta das mais diversas interpretações.

Capítulo 3 >



[3.1] Ponto de Chegada

Até o momento, a pesquisa mostrou as condições construtivas do Gráfico Ambiental e os conceitos gerais que o envolvem. É dado o momento de ceder vez ao movimento de leitura desse Gráfico Ambiental como um todo acabado, ou seja, com todas as instâncias presentes. Ao assumir essa operação, a intenção é colocar-se no papel do observador e, através da substituição deste, integralizar a formação do Gráfico Ambiental. Para se alcançar isso, intentou-se recorrer ao uso da noção de texto e dos conceitos de legibilidade e leiturabilidade, como segue.

A partir da escolha dos exemplos, procuramos identificar a estratégias de quem organizou em relação a um ponto de vista. Será analisado como é o sistema construtivo do Gráfico Ambiental em questão, avaliando se a estratégia construtiva adotada alcança a sua finalidade, utilizando para isso o critério da legibilidade e da leiturabilidade. Ressalte-se, mais uma vez, que o conteúdo em si da mensagem não nos importa. O que está em jogo é o funcionamento das peças.

Com o propósito de estabelecer controle sobre o mecanismo de leitura, a organização do material carrega a lógica de sua construção signica. Desmantelar essa construção é o procedimento que permite entender os mecanismos e os modos de inscrição na peça, a fim de atingir a comunicação desejada. Significa passar a entender a peça como um sistema de linguagem e não mais apenas como um conjunto de signos. Para que isso ocorra, o observador precisa ser estimulado a iniciar o processo de associação e promover a mente como recurso para compreender e interpretar o sentido da obra. Esse salto é o que acompanha a passagem do visual para o visível, da visualidade em visibilidade. É preciso “olhar para ver” considerou Merleau-Ponty (Déjean apud Merleau-Ponty. 1999:312).

[3.2] Textos Gráfico-Ambientais

Lynch (1997:04) desenvolveu em 1960, em seu estudo sobre a fisionomia das cidades, o conceito da *imagem ambiental* como um quadro mental do mundo físico exterior criado para reconhecer e padronizar ambientes. No seu pensamento, imagem e ambiente integram-se, evidenciando uma interação do indivíduo e seu corpo com o ambiente. Ao embasar o estudo das cidades dentro de uma postura fenomenológica, menos social e cultural, pensamento hegemônico na época, Lynch inovou e muito. Ainda mais quando revelado que a imagem ambiental é produto da sensação imediata (apreensão pelos sentidos) da lembrança de experiências passadas (processamento pela mente) para interpretar as informações (significação) e orientar a ação (comportamental). Estes passos que, para Lynch, compõem a imagem ambiental aproximam-se conceitualmente do eixo de análise desenvolvido pela noção de paisagem e seu correspondente fenomênico, a imagem, a partir de um ponto de vista individual do observador. Lynch promoveu a legibilidade como qualidade a ser perseguida e elencou as variáveis que atuam em uma cidade no sentido de esta projetar uma apreensão facilitada de si mesma.

Para Flusser (2002: 21) existem dois tipos de textos: o das linhas escritas e o das superfícies. O primeiro corresponde ao alfabeto ocidental, que se caracteriza pelo processo seqüencial de leitura. Já o segundo representa o mundo das imagens, a exemplo da fotografia, da pintura e do cartaz. Enquanto no texto das linhas escritas, o esforço de leitura é realizado linha a linha, da esquerda para a direita, de cima para baixo, numa seqüência imposta para nós pelas próprias regras estruturais convencionadas de composição; no texto das superfícies, o olhar assimila inicialmente o todo, em um golpe de vista (Flusser. 2001: 7), para depois vaguear imprecisamente pela imagem para captar as relações que compõem a imagem registrada. Na leitura do texto das superfícies, procedemos a primeiro uma síntese (reunião do todo) para depois efetuar a análise, que é o processo de decompor o todo e examinar como as partes se relacionam. No texto da linha escrita, ao final da sua leitura, captamos a mensagem a partir de um pensamento conceitual. No texto de superfície apreendemos a mensagem de imediato e depois, a partir de um pensamento imaginativo, a traduzimos em conceito. Verifica-se que ambas as leituras dispõem de temporalidades bastante distintas. É a mesma oposição entre o tempo contínuo da história e o tempo fragmentado da montagem cinematográfica.

Outra maneira de se entender essa relação é por meio da lógica adotada pelo operador, quando está diante de um texto múltiplo que mistura texto de superfícies e textos

de linha escrita. Nesta última, a associação adotada é de contigüidade, ou seja, a lógica da sintaxe verbal linear do sujeito-predicado-complemento (Ferrara. 2004:08), realizada seqüencialmente. Já na primeira, a lógica em uso é de similaridade, cuja forma de atuar é do reconhecimento/comparação, método que obriga o leitor a buscar em seu repertório pessoal, através da memória, elementos que se encaixem e dêem sentido à sua observação.

Daí a questão fundamental: percebe-se que há dois processos de leitura envolvidos no manuseio de textos e de superfícies. Nas imagens, há uma etapa inicial onde há uma tomada geral e uma decodificação imediata. Essa etapa é realizada a partir da visualidade e consiste na identificação dos códigos presentes no texto. O tempo dessa operação é curto, a apreensão é imediata e o código é rapidamente reconhecido. A base dessa operação é o sentido da visão, de forma análoga a um texto escrito em que se reconhece de imediato o alfabeto e o código verbal. Se essa operação é efetuada com sucesso, diz-se que o texto tem legibilidade.

Porém, a mera identificação dos códigos presentes no texto não é a condição única para a sua compreensão. É necessário o processamento desse código em um sistema de linguagem que consiga estimular a compreensão do conceito. Essa é a análise realizada pelo movimento do olhar do observador ao longo da imagem, de maneira livre e errática. Nessa etapa, integram-se forma e conteúdo. Solicita-se do observador uma operação mental muito mais complexa, que associa o modo como é criada a visualidade ao conteúdo, estabelecendo interpretações subjetivas. A leiturabilidade é elaborada justamente nesse intervalo entre os códigos de construção e a mensagem. A leiturabilidade já é a construtibilidade em diálogo com o conteúdo informacional. A intenção do organizador se manifesta nesse âmbito e sua destreza é induzir o leitor a desfrutar do princípio de organização de maneira eficaz. Para isso ele tem em mãos ferramentas de ordem material e conceitual que atuam conjuntamente na construção do texto. Porém, para quem manuseia esse texto, quanto menos evidentes essas estratégias de construção, maior será a atenção destinada ao texto, exigindo uma maior quantidade de passos mentais até a completa decodificação e o entendimento pleno da mensagem. Quanto mais elaborada for a construção do texto, maior será o nível repertorial associativo necessário, tornando mais lenta ou até inviabilizando a transmissão do conteúdo para uma parte dos leitores.

Como exemplo, especificamente no caso da linguagem persuasiva ou publicitária, esse trajeto tenta ser manipulado por quem organiza a obra. Atento aos desdobramentos que seu trabalho queira causar, o profissional procura munir-se de fórmulas já testadas e que comprovadamente apresentam os resultados desejados. Por isso, longe de ser um campo de experimentações, a publicidade trabalha com moldes e modelos invariáveis para

não perturbar o hábito perceptivo dos receptores (ou potenciais consumidores). Desse modo, a sua tão propagada criatividade se dá justamente no território que transforma a visualidade em visibilidade. É o momento em que se podem testar caminhos que acelerem a tomada de consciência através de atalhos criativos. Quanto mais efetiva for essa passagem, maiores as chances de convencimento ou persuasão.

[3.3] Leituras do Mundo

Para o senso comum, o principal objetivo ao ler uma obra é a compreensão do seu conteúdo. Por vezes, creditamos a nós mesmos o não entendimento de uma peça literária, uma obra de arte, um filme, um cartaz, um desenho, uma propaganda, ou mesmo um objeto, a partir de uma sensação pessoal de vazio repertorial. Porém, outras vezes essa carência de entendimento pode ser creditada às armadilhas posicionadas pela natureza sintática dos objetos em observação, decorrentes do mau arranjo dos elementos que elaboram essa sintaxe.

Vale lembrar que, antes de aprender a ler e a escrever a palavra, aprendemos a conviver e a identificar os elementos que o mundo apresenta. A leitura do mundo precede sempre a leitura da palavra. Sabemos identificar as coisas ao nosso redor antes mesmo de aprendermos a palavra que representa essa coisa. O estabelecimento das bases de uma linguagem ambiental, apoiada na prática de uma linguagem visual, aliada à uma percepção do ambiente é fundamental para a formação da consciência individual, a qual permite uma leitura do mundo. Nessa linha, Paulo Freire, ao lembrar que em sua terra, antes de aprender a ler e a escrever a palavra, aprendeu a conviver e a identificar os elementos que o mundo apresentava a ele, em um sítio onde morava, com uma casa rodeada de árvores, anuncia que “a leitura do mundo precede sempre a leitura da palavra e a leitura desta implica a continuidade da leitura daquele” (Freire. 1992:11).

As cidades, as ruas, são o pano de fundo, o cenário no qual nossas vidas são encenadas. Se as crianças ao brincarem nas ruas percebem os elementos que compõem seus ambientes, familiares e sociais, quando adultas, com a mesma naturalidade, perceberão o mundo ao seu redor, não se opondo à transformação do entorno. Diz Paulo Freire (*ibid.*:20) “que a leitura da palavra não é apenas precedida pela leitura do mundo mas por uma certa forma de ‘escrevê-lo’ ou de ‘reescrevê-lo’, quer dizer, de transformá-lo através de nossa prática consciente”.

Todas as leituras são possibilidades, mas nem todas serão legitimizadas, isto é, apenas algumas serão aceitas como válidas dentro de determinada comunidade interpretativa: “toda ação interpretante é, pois, uma relação entre uma representação presente e outras representações possíveis, eventuais e virtuais. O resultado dessa relação é o significado de uma linguagem” (Ferrara. 2004:07).

[3.4] Operações de leitura gráfico-ambiental >



> 3.4.1- Empacotamento de edifícios e construções



fig. 48

Médium

Lona Vinílica com Impressão Digital.

Meio-tópico

Paredes de alvenaria.

Condição de Legibilidade

Ótima. As peças estão bem impressas, nítidas e aparentando boa definição de cores. O material está bem instalado, sem rugas.



fig. 49

fig. 50



fig. 51



fig. 52

Condição de Leiturabilidade

Muito boa. A mensagem é clara nos dois exemplos. Há o predomínio de imagens característico de peças posicionadas em vias expressas. A peça da Fig.52-51 utiliza referências cômicas locais para elaborar um material que terá longa duração.

Descrição

Nessas duas gigantografias percebe-se a intenção do organizador de adequá-las ao meio-tópico como lugar de passagem. As imagens aplicadas no edifício foram preparadas para serem vistas de dentro de carros e a do prédio histórico para ser visto por pedestres. Houve o cuidado de ajustar as imagens especialmente para cada face do edifício.

> 3.4.2 - Ambientação Cenográfica



fig. 53

Meio-tópico

Parede de alvenaria (Fig.53,54) e teto (Fig.55).



fig. 54

Médium

Vinil adesivo com impressão digital.

Descrição

A ambientação cenográfica procura o envolvimento do visitante. O lugar específico, os móveis, as luzes aguçam a percepção do observador para aquilo que está sendo exibido. Nesses dois interiores de uso comerciais, uma loja de roupas e um escritório de arquitetura, o visitante é apresentado tem ao estilo de cada um.

Condição de Legibilidade

Ótima. Peças esteticamente agradáveis com acabamento esmerado e bem aplicadas nos respectivos meios-tópico.

Condição de Leitabilidade

Excelente para o teto e boa para as paredes. A mensagem do teto tem teor leve para funcionar como ambientação, enquanto na parede do escritório de arquitetura a profusão de imagens de edifícios, todos projetos do próprio escritório, causa confusão entre eles.



fig. 55

> 3.4.3 - O edifício/fachada como suporte para comunicação



Descrição

Dois casos de lugares especializados em abrigar eventos. A comunicação do evento que acontece no interior é projetada para o exterior, aproveitando todas as particularidades construtivas dos edifícios como suporte material. O material se adapta ao lugar específico. Isso fica claro ao perceber-se como os banners com os rostos estampados estão igualmente intercalados com as colunas. No outro exemplo, ampla porta de entrada é evidenciada pela ausência do grafismo.



fig. 56 e 57

Médium

Vinil adesivo com impressão digital (Fig. 56, 57);
lona vinílica com impressão digital (Banner – Fig. 58).

Meio-tópico

Fachada em vidro (Fig.56,57);
fachada de alvenaria (Fig.58).

Condição de Legibilidade

Apenas razoável nos dois exemplos.

Condição de Leiturabilidade

Não há mensagem clara nos grafismos, que servem como identidade visual para o evento. No museu, a leiturabilidade foi bastante comprometida; a mensagem é pouco clara.

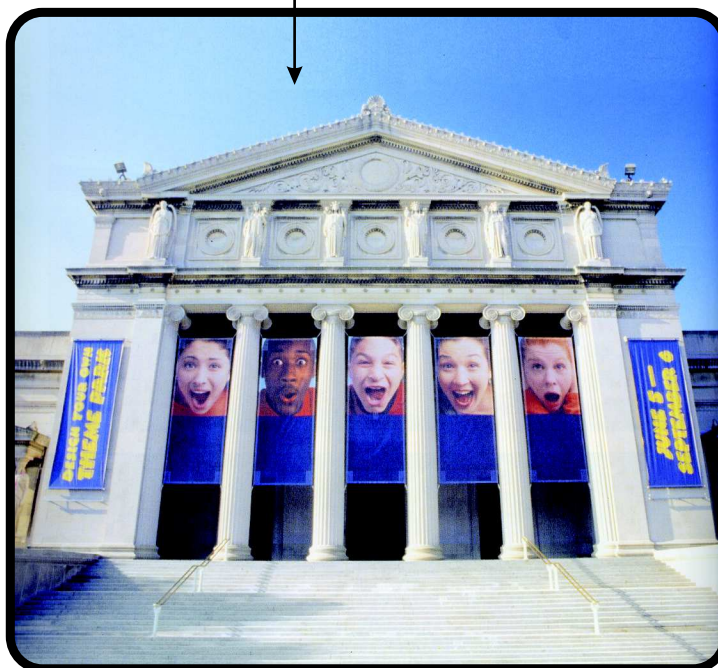


fig. 58

3.4.4 - Envelopamento de interiores

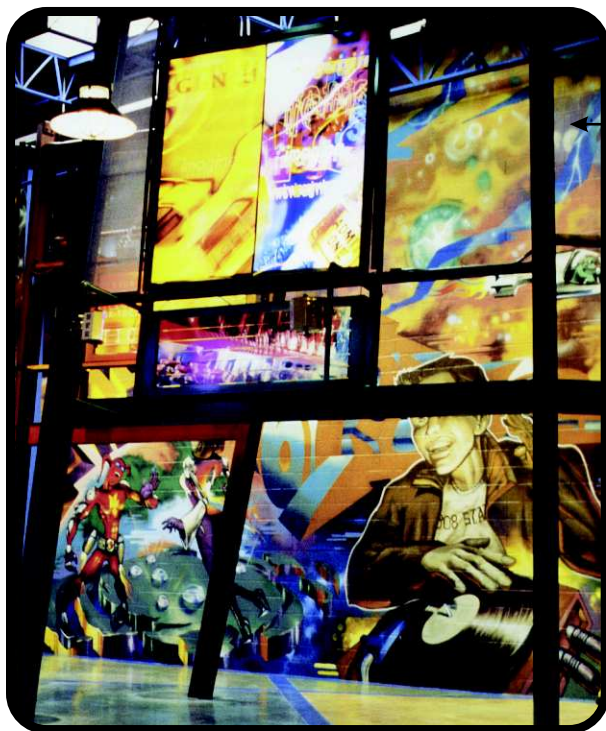


fig. 59

Médium

Tipos variados de vinil adesivo com impressão digital com destaque ao material de piso específico para trânsito intenso.

Meio-tópico

Piso(Fig.61);
todo o interior(Fig.60,61).

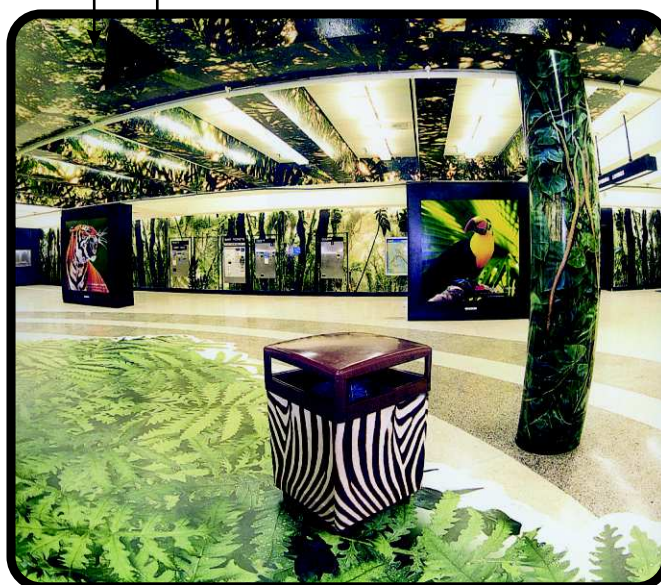


fig. 60



fig. 61

Descrição

São três exemplos de prática de envelopamento de lugares. No exemplo da Fig.61 vemos só a fotografia que destaca o piso. Na Fig.60 o lugar específico foi inteiramente forrado por imagens, alterando sua configuração signica. Na Fig.59 a intenção do organizador não está clara, indicando descontrolé na operação criativa.

Condição de Legibilidade

Ótima na Fig 61, boa na Fig 60 e bastante comprometida na Fig. 59

Condição de Leiturabilidade

Muito na boa nas Fig. 61,60 e péssima na Fig.59.

> 3.4.5 - O Gráfico Ambiental com outra função: abrigar

Médium

Estrutura metálica com acrílico moldado e retroiluminação.

Meio-tópico

Piso, pelo material que o sustenta e espaço aéreo, pela posição que assume.

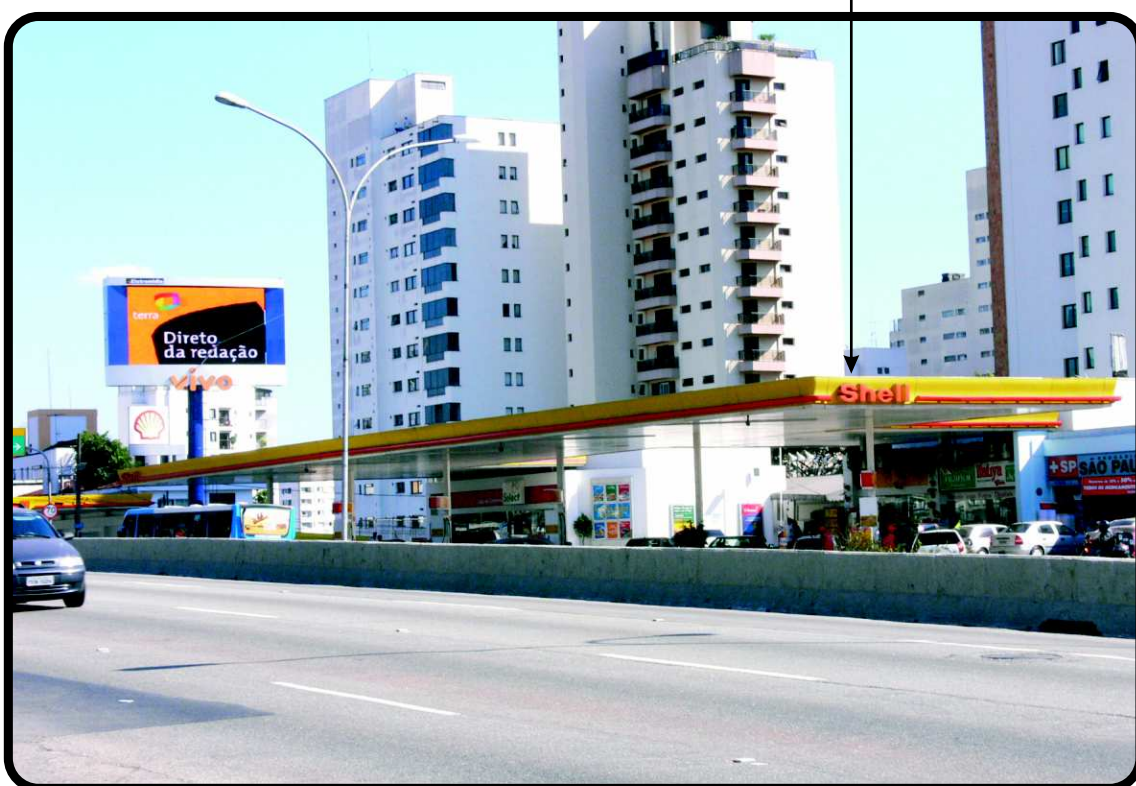


fig. 62

Condição de Legibilidade

Excelente. Leitura e identificação imediata. Ótimo posicionamento espacial atingindo o observador que trafega de carro.

Condição de Leiturabilidade

Excelente. O observador mesmo desatento consegue captar sua presença e a mensagem disponível.

Descrição

Uma cobertura que se projeta no espaço herdeira da função de identificar ou um Gráfico Ambiental que herdou a função de cobrir? O fato é que a peça comunica pelas cores, pela conformação espacial causada pela sua projeção e pelo logotipo dimensional que lá está.

> 3.4.6 - Empacotamento de Veículos



fig. 63

Médium

Vinil adesivo com impressão digital.

Meio-tópico

Superfície dos veículos.

Condição de Legibilidade

Média. Se composto por muitos elementos a mensagem tende a se dissipar. Enquanto a visualidade cresce, a visibilidade decresce.



fig. 64



fig. 65

Descrição

Quando executado com equilíbrio, sem exageros, o impacto visual que este dispositivo causa é enorme. Não há quem fique omissa à sua presença. O destaque é carro de fórmula 1 da Honda que foi coberto com a imagem de uma foto de satélite, como que sugerindo uma preocupação ecológica. Com certeza, uma influência do carro de rua em um fórmula 1, com obrigação de comunicar.



fig. 66

Condição de Leitabilidade

Relativa. A captação de mensagem depende mais do ponto de vista do observador.

> 3.4.7- Gráfico Ambiental como substituto de desenho arquitetônico

Médium

Lona vinílica com impressão digital e estrutura metálica (Fig. 68 e 69) e vinil adesivo com impressão digital e estrutura de madeira (Fig. 67).

Meio-tópico

Parede alvenaria (Fig. 69); piso (Fig. 67); piso (Fig. 68).



fig. 68

Descrição

Cada vez mais comum na cena urbana, é o atestado prático da fórmula de Venturi, da arquitetura com frente iconográfica e fundo funcional. O destaque vai para a agência de propaganda de São Paulo que cobriu totalmente sua fachada com uma imagem de floresta (Fig. 68), dando o tom de ativismo ecológico.. Causa grande impacto visual pelo estranhamento, no entanto, tende a se perder na paisagem com o tempo.

Condição de Legibilidade

Muito boa. Pela suas dimensões as peças alcançam grande impacto visual. São peças bem produzidas, fáceis de se absorver. Os três exemplos são isentos de informação escrita.

Condição de Leiturabilidade Ótima. As peças são fáceis de interpretar, exigindo pouco repertório natural dos observadores.



fig. 67



fig. 69

> 3.4.8- Gráfico Ambiental como apoio em exposições

Médium

Vinil adesivo recortado eletronicamente e vinil adesivo com impressão digital.

Meio-tópico

Expositores madeira pintada com as obras.



fig. 70

Descrição

Cada vez mais presente em exposições de arte, o material fornece o apoio necessário, para ao mesmo tempo cenografar o ambiente, inserir anexos explicativos e dados adicionais sobre as obras e autores.

Condição de Legibilidade

Excelente. Sua tarefa é ser legível para tornar outras peças mais legíveis.

Condição de Leitibilidade

Excelente. Informação verbal já destilada para o observador, cujo trabalho fica limitado a prestar atenção e percorrer a exposição.



fig. 71,72,73

> 3.4.9- Sinalização integrada com a arquitetura



fig. 74,75

Médium

Vinil adesivo com impressão digital (Fig.76) e letra caixa em metal com pintura (Fig. 74 ,75).

Meio-tópico

Paredes, piso e teto (Fig. 74,75) e parede (Fig. 76).

Descrição

Quando a arquitetura coopera com outras áreas visuais os resultados costumam ser surpreendentes. Neste caso a arquitetura ajuda a comunicar de maneira inteligente, elegante e sóbria.

Condição de Legibilidade

Ótima. Devido à visualidade emprestada pela construção, a peça estabelece presença marcante.

Condição de Leitabilidade

Média. Requer repertório para detectar os pontos de conexão entre uma e outra. Pode causar dificuldades em certos observadores.



fig. 76

> 3.4.10- Gráfico Ambiental dimensional: escultura

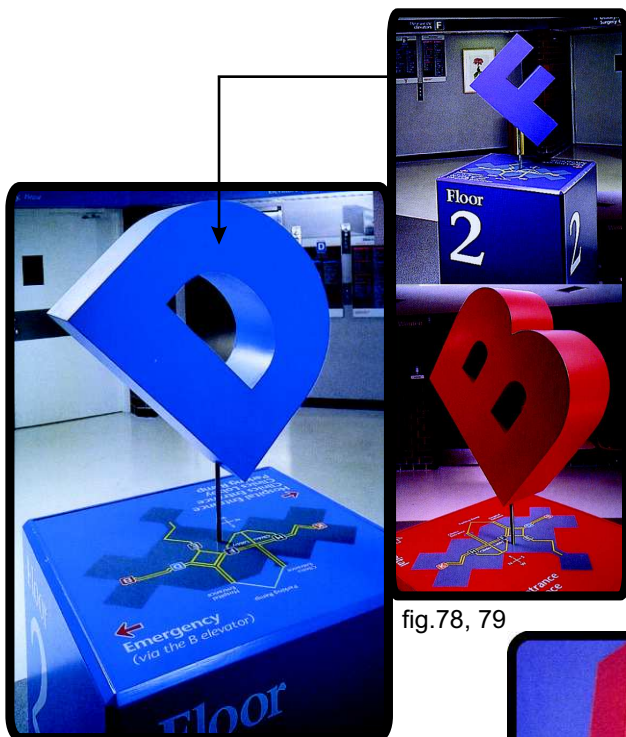


fig.77

fig.78, 79

Médium

chapa metálica recortada, dobrada e pintada.

Meio-tópico

Piso de apoio.

Descrição

São três exemplos com a mesma linguagem, porém com funções bem distintas, qual seja, sinalização interna, sinalização externa e sinalização de grande formato, quase como marco referencial local.



fig.80

Condição de Legibilidade

Ótima legibilidade. As peças possuem características visuais bem marcantes, condição necessária para serem inseridas no contexto em que se apresentam.

Condição de Leiturabilidade

Média. Pelo pendor artístico que lhe extrai objetividade, as peças possuem um forte teor abstrato que dificulta a absorção pelos observadores.



fig.81

> 3.4.11- Sinalização interna como entretenimento: design



fig. 82

Médium

Totem em madeira revestida de vinil adesivo com impressão digital e vinil adesivo com impressão digital (Fig.82); chapa de PVC com impressão digital e sinalização em caixa metálica com acrílico revestido de vinil adesivo retroiluminado (Fig.83,84); vinil adesivo com impressão serigráfica (Fig.85,86).

Meio-tópico

Piso, teto e paredes de interiores (Fig.82); piso e paredes (Fig.83,84).



fig. 83



fig. 84

Descrição

Quando o Gráfico Ambiental se une ao design para produzir ambientes informados, o resultado costuma ser bastante rico. O exemplo da Fig.82 mostra o domínio que o gráfico tem sobre as superfícies não renováveis dos lugares. O exemplo da Fig.85,86 ensina que a sobriedade e a boa idéia podem ter tanto impacto quanto outras peças mais atrevidas.

Condição de Legibilidade

Excelente. Esse tipo de sinalização sempre estará nos lugares óbvios.

Condição de Leiturabilidade

Excelente. Essa sinalização já antecipa e funciona abreviando os passos mentais para se chegar à interpretação.



fig. 85

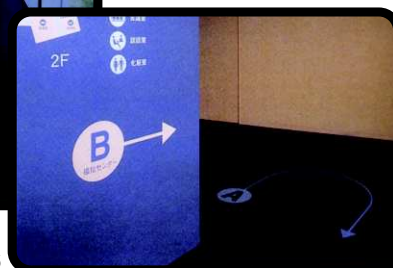


fig. 86

> 3.4.12- Gráfico Ambiental para vitrines



fig. 87

Médium

Vinil adesivo translúcido com impressão digital (Fig.87); Painel em MDF com aplicação de impressão digital (Fig.88).

Meio-tópico

Vidro (Fig.87); teto do interior da vitrine (Fig.88).



fig. 88

Descrição

A vitrine tem grande responsabilidade no ponto de venda. Além de atrair ela tem a função de persuadir o consumidor.

Condição de Legibilidade

Muito boa. A transparência do vidro lhe permite trabalhar a mensagem com clareza as mensagens ainda mais quando aliadas à um bom dimensionamento e escolha de materiais corretos.

Condição de Leiturabilidade

Ótima. Pela premissa fundamental de estimular uma contemplação mais demorada por parte do observador, as vitrines constituem-se de ótimos pontos de articulação entre produtos e consumidores.

> 3.4.13- Gráfico Ambiental e simulação: trompe l'oeil



fig. 89

Médium

Lona vinílica com impressão digital e estrutura metálica (Fig.89); tapume com aplicação de vinil adesivo com impressão digital (Fig.90); painel estrutura metálica com lona vinílica e impressão digital (Fig.91,92).

Meio-tópico

Parede alvenaria (Fig.89); piso (Fig.90); piso (Fig.91,92).

Descrição

São peças de grande expressividade seguindo uma antiga linhagem na arte cuja proposta era elaborar paisagens a partir da simulação da percepção tátil.

Condição de Legibilidade

Ótimas. Peças de grande impacto visual, divertem e informam ao mesmo tempo.

Condição de Leiturabilidade

Razoável. Sua ambiguidade ao mesmo tempo em que lhe confere maior expressividade, diminui suas possibilidades comunicacionais.

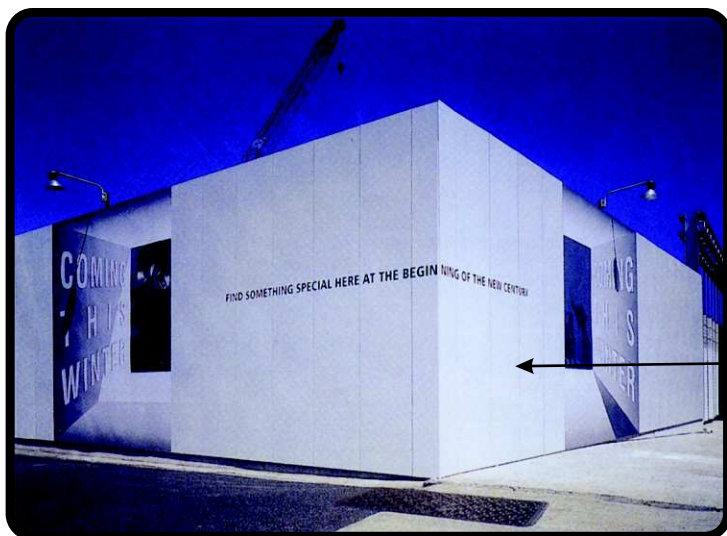


fig. 90



fig. 91



fig. 92

> 3.4.14 - Gráfico Ambiental em lugares comerciais

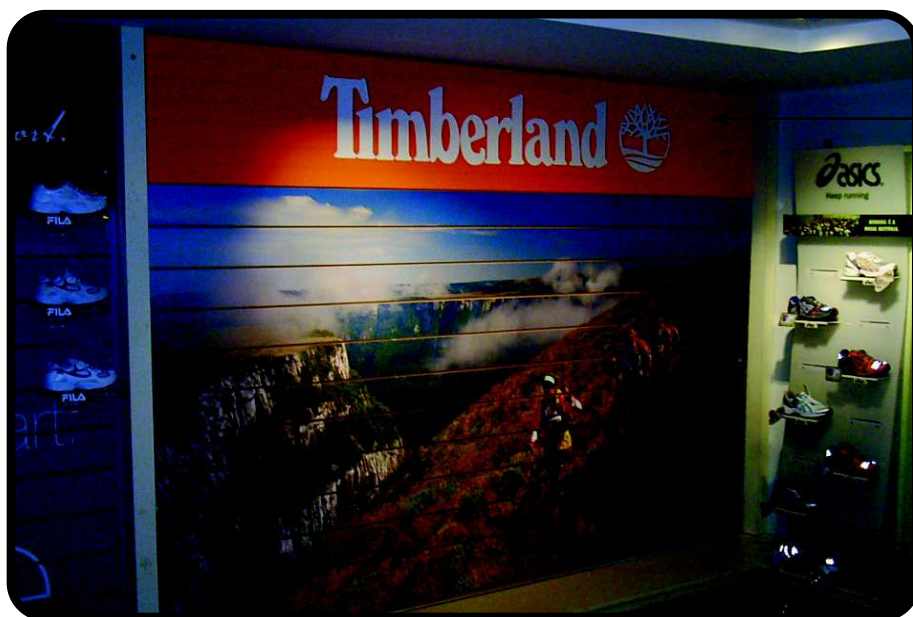


fig. 93

Médium

Slatwall em MDF com aplicação de vinil adesivo (Fig.93) e painel em MDF com aplicação de vinil adesivo com impressão digital (Fig.94).

Meio-tópico

parede de alvenaria.

Condição de Leiturabilidade

Média. Pelos mesmo motivos relacionados acima, a profusão de códigos visuais coexistindo no mesmo lugar causa perturbações ao entendimento dos observadores.

Descrição

O ponto de venda é hoje passagem obrigatória para indivíduos interessados em consumir produtos e absorver opiniões. O ato de consumo é reverenciado como fenômeno cultural e torna o ponto de venda um palco privilegiado para a consagração de marcas. Lugares como restaurantes e bares assumem um forte viés cultural e tentam cativar frequentadores através da exploração de manifestações artísticos-culturais e de estilos de vida amplamente cultuados.



fig. 94

Condição de Legibilidade

Média. Os pontos de venda são lugares de intenso trânsito de imagens e objetos, que disputam palmo a palmo a atenção dos que ali passam. Essa condição limita a capacidade de captar e manter a atenção dos observadores.

> 3.4.15- Gráfico Ambiental como decoração: esporte

Médium

Estrutura metálica com instalação de lona vinílica (Fig.95 e Fig.96).

Meio-tópico

Parede alvenaria.

Descrição

O esporte é tema e lugar constante na prática do Gráfico Ambiental, devido à sua condição em conformar espaços socializantes, tornando-o alvo preferencial de marcas dispostas a relacionarem seu nome ao de atletas bem sucedidos. Quase sempre auto-referente, suas imagens funcionam também para motivar e conquistar adeptos.



fig. 95



fig. 96

Condição de Legibilidade

Ótima. Normalmente posicionadas em locais de grande fluxo, as peças se preocupam em apresentar baixo nível de dificuldade de leitura para seus espectadores.

Condição de Leiturabilidade

Excelente. Suas mensagens são facilmente decifráveis e carregadas de grande apelo emocional e forte impacto visual.

> Considerações Finais

Em uma época em que o reconhecimento territorial se faz mais através de imagens do território e não tanto pela vivência do mesmo, o mundo é identificado por imagens. O acesso facilitado a determinados equipamentos via satélite como o sistema de posicionamento global - mais conhecido por GPS ou *global positioning system* – utilizado para determinar a posição de um aparelho receptor na superfície da Terra, incorporado em *palm-tops* e celulares e em sistemas de navegação presentes em veículos automotivos; e o *Google Earth*, com suas imagens de satélite cada vez mais sofisticadas. O mundo se faz reconhecer por mediações tecnológicas baseadas em representações da sua imagem. Hoje somos habitantes de um planeta que conhecemos por imagens. A identidade planetária tem se tornado mais forte do que as baseadas em porções territoriais delimitadas.

Nesses territórios que efetivamente vivemos, a arquitetura parece criada para ser observada à distância. Não temos como experimentar as construções a não ser quando as vemos em fotos. Jameson (2002:120) explica que “o que queremos consumir hoje não são os próprios edifícios que mal podemos reconhecer quando passamos pelas vias expressas. O reflexo condicionado dos centros urbanos transformou-se em algo insípido até nos lembrarmos de suas fotos.” E foto é imagem, pois que a imagem é quem representa a paisagem. Mas, como debatido ao longo da pesquisa, não é a imagem que forma a paisagem?

Essa pesquisa mostrou preocupação pelos desdobramentos da era da primazia da imagem. Apregoa-se que a imagem está se tornando, tanto quanto nós, habitantes desse planeta. Para ficar em um exemplo particular, conheço mais lugares do que neles já estive. Por foto, através da televisão, no cinema, já percorri muitas viagens de reconhecimento; “Quando não podemos ter experiência imediata, é a própria mídia que são as coisas para nós” diz Flusser (2002:27). “Saber” continua ele “é aprender a ler a mídia nesses casos”.

Só que nos acostumamos com a experiência midiática, a ponto de, muitas vezes, dispensar voluntariamente a experiência imediata. Invertendo a formulação, quando nós não podemos ter a experiência midiática, é o Gráfico Ambiental que a traz para nossa existência ambiental. Por essa idéia, cada intervenção estará remetendo não ao entorno local direto, mas a um território infinitamente mais vasto e diversificado. Ato contínuo, ela se torna parte de um jogo cenográfico para simulação de uma realidade não vivenciada fisicamente. Isso

sem falar dos dispositivos eletrônicos portáteis, como os celulares, que carregam a mídia como sua bagagem para cima e para baixo.

O filme de ficção científica *Minority Report* (2002) elabora uma visão bastante peculiar das possibilidades da inserção de imagens em espaços públicos com proposições parecidas com a do Gráfico Ambiental. O resultado é um cenário futurístico no qual há um tipo de Gráfico Ambiental com uma evidente dominante espectral, resultado da convergência de mídias em pleno espaço urbano. Extensas paredes volumadas impregnadas com imagens eletrônicas com a missão de identificar e interpelar os passantes, saudando-os e convidando-os a interagir. Em tempo real, essas imagens espectrais alteram sua configuração simultaneamente com os acontecimentos no seu entorno e com os humores percebidos dos transeuntes. Vídeo e cinema, propaganda e jornalismo, fotografia e holografia, tudo reunido em uma mídia de quatro dimensões emitida no espaço.



Fig 98- *Minority Report*: Paredes, muros e tetos como mídias.

É de causar espanto, não apenas a apresentação futurística de um tipo de Gráfico Ambiental, mas o nível de convivência do homem com a imagem. Se antes víamos filmes repletos de homenzinhos do espaço prestes a invadir o planeta, hoje as películas de ficção científica brincam com o conceito de imagem simulada e suas representações. Pela mente desses autores, essas imagens habitarão o planeta junto com o homem. Em *Minority Report* a imagem está por todos os lugares. Faz da cama, da mesa e, porque não, do banho, suportes de imagens. Paredes, tetos e muros transsubstancializam-se em painéis de imagens. O futuro é a imaterialidade. As imagens mentais assumem estatuto de verdade e

podem ser compartilhadas. Espécie de “*Blow Up*” ultrafuturístico, a imagem não precisa ser representada para evidenciar um crime, a imagem mental já basta para isso. O pensamento visual tem, enfim, seu reconhecimento.



Fig. 99- Minority Report: Imagens em interação com o transeunte.

Harvey (1992) analisa que a imagem produzida em larga escala é introduzida como valor máximo da sociedade pós-moderna, na qual a realidade convive com o simulacro, do qual não se separa mais, e assinala que a idéia de produzir imagem como mercadoria, previamente formulada por Baudrillard, pela alegação de que o capitalismo está mais preocupado em produzir signos, imagens e sistemas de signos do que em produzir mercadorias. Se a imagem se transforma em bem de capital, em *commodity* dos tempos de giro acelerado, onde fica o seu pregão de valores?

O “espaço de fluxos” (Castells, 2005) organiza o mercado de valores das imagens. Esses valores são adquiridos de maneira quase espontânea e imagens são construídas e destruídas da noite para o dia. O *pixel* (*picture element*) está se convertendo na moeda de troca desse comércio de imagens. Uma imagem vale mais ou menos pela quantidade de *bytes* que a forma, que se traduzem em melhores ou piores imagens, sejam elas fundamentais ou dispensáveis. É o mercadão do *vale quanto pesa* das imagens.

Importante destacar, assim no filme como na vida real, que as imagens ganham autonomia. Também não há imagens estáticas, imóveis, mas imagens dinâmicas, em movimento, com vida própria, dotadas de organicidade. O movimento é a regra que vale ouro. Tem-se impressão que tudo adquire movimento. As coisas parecem sempre em pleno processo. Dar forma acabada para algo é decretar sua falência existencial. O *design* de

David Carson sempre parece a ponto de se alterar. A sua tipografia falha e desconexa apresenta o traço do incompleto. A arquitetura de Frank Gehry parece diferente ou inacabada toda vez que a olhamos - ele mesmo revela que não sabe se concluiu a sua casa em Santa Mônica. Cada ponto de vista ao redor da construção traz uma apreensão das formas diferente das outras. A arquitetura interage com a luz solar durante o dia, alterando-se. Não há imagem pronta e sim em mudança.

Neste âmbito, o Gráfico Ambiental ocupa uma *reposição*. A substituição de um por outro é condição de existência. A transitoriedade é uma das suas características mais evidentes. Quando acomodado em seu posto, perde progressivamente força informativa. Seja pelo manejo dos novos elementos do entorno que lutam para ganhar evidência em detrimento dos antigos, seja pela necessidade da novidade em tempo real, certo é que há bastante procura por *lugares inéditos*.

O Gráfico Ambiental aparece pela percepção ambiental. O relacionamento do indivíduo com o Gráfico Ambiental ocorre no ato da tomada de contato com o lugar informado ou no ato em que se dá a necessidade de parâmetros de conhecimento geográfico para orientação em ambientes complexos. O Gráfico Ambiental luta para romper com o hábito perceptivo dos lugares. Nessa luta, novas ferramentas são forjadas para aumentar as chances de sucesso. Daí a inclusão quase que cotidiana de dispositivos técnicos para construção de textos ambientais. Se não houver ferramenta nova à disposição, arranjos originais contentarão os anseios em busca de diferenciação. A linguagem do Gráfico Ambiental, uma vez acoplada a uma base, sobrepuja a superfície já existente, como vimos pelo princípio da aderência. É de se esperar que no embate entre uma linguagem clara, pulsante e enérgica e uma linguagem lenta, de baixa complexidade, a primeira se sobressaia.

A tentativa de refrear a inserção de novas linguagens eminentemente elaboradas por códigos visuais no espaço urbano é anacrônica e primitiva. É como acusar o diabo pela chuva que estragou a plantação e louvar outros santos pela chuva equilibrada em boa hora para a colheita farta. O que dá qualidade para a chuva não é sua intensidade ou volume, assim como não é para a imagem. Quem faz juízo dela é quem faz uso dessa chuva. Para se valer do pensamento de Castells (2005:500) sobre espaço é dizer que o “o espaço não é o reflexo da sociedade, é a sua expressão”. Esse espaço que aí lidamos é o pensamento da sociedade. As imagens que aí estão são manifestações dessa expressão.

Nesta perspectiva, o que nos apresenta é a necessidade de também compreendermos as mudanças de ordem sócio-culturais contemporâneas e como elas afetam as relações humanas, de modo que, como nos indicou Guattari (1990:8), o que está

em questão é a maneira de se viver daqui em diante nesse planeta; só uma articulação entre os três registros ecológicos - ambiente, cotidiano e subjetividade - é que poderia esclarecer e permitir mudanças positivas em escala planetária.

Referências >



> Referências Bibliográficas

- ARANTES, Otília. **O Lugar da Arquitetura depois dos Modernos**. 3.ed. São Paulo: Edusp, 2000.
- ARGAN, Giulio Carlo. **História da arte como história da cidade**. 5.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- ARNHEIM, Rudolf. **Arte & Percepção Visual**. São Paulo: Livraria Pioneira Editorial, 1989
- _____. **Visual Thinking**. University of California Press, 1997
- ARTIGAS, Vilanova. **Caminhos da arquitetura**. São Paulo: LECH, 1981.
- AUGÈ, Marc. **Não lugares**. 4.ed. Campinas, SP: Papirus, 1994.
- BAINES, Phil & DIXON, Catherine. **Signs: lettering in the environment**. London: Laurence King Publishing Ltd, 2003.
- BAKHTIN, M (Voloshinov). **Marxismo e filosofia da linguagem**. 9.ed. São Paulo: Hucitec, 2002.
- BARTHES, Roland. **A Câmara clara: notas sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BATESON, Gregory. **Steps to an ecology of mind**. New York : Ballantines Books, 1972.
- BAUDRILLARD, Jean. **O Sistema dos Objetos**. 4.ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- _____. **Simulacro e simulação**. Lisboa: Edições 70, 2002.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. 7.ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- _____. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- BERNSTEIN, David. **Advertising outdoors -watch this space!** Phaidon Press, 1997.
- BERTALANFFY, Ludwig von. **Teoria Geral dos Sistemas**. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1975.
- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos**. 4.ed. RJ: Editora UFRJ 2001.
- _____. **Culturas Híbridas**. 4.ed. São Paulo: Edusp, 2003.
- _____. **Diferentes, Desiguais e Desconectados**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.
- CANEVACCI, Massimo. **Antropologia da Comunicação Visual**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- _____. **A Cidade Polifônica**. São Paulo: Studio Nobel, 2004.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. 6.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.
- COLQUHOUN, Alan. **Modernidade e Tradição Clássica**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.
- CULLEN, Gordon. **Paisagem Urbana**. Lisboa: Edições 70, 2002.
- DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DEBRAY, Régis. **Curso de midiologia geral**. Petrópolis: Vozes, 1993.
- _____. **Manifestos Midiológicos**. Petrópolis: Vozes, 1995.
- _____. **Transmitir**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- DELEUZE, Gilles. **A Dobra**. Campinas: Papirus, 2005.
- _____. **Foucault**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

- _____. **Lógica do sentido**. 4.ed. São Paulo : Perspectiva, 2003.
- DELEUZE, Gilles & GUATTARI, Félix. **Mil Platôs**. 5vol. Rio de Janeiro:Ed 34 2003.
- _____. **O que é a Filosofia**. Rio de Janeiro: Ed 34, 2004.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo:Martins Fontes, 2000.
- DUARTE, Fábio. **Crise das Matrizes Espaciais**. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- DUBOIS, Philippe. **Cinema, Vídeo, Godard**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.
- _____. **O Ato Fotográfico**. 8.ed. Campinas: Papirus, 2004.
- EISENSTEIN, Sergei. **A Forma do Filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **A Estratégia dos Signos**. São Paulo: Perspectiva, 1981.
- _____. **Design em Espaços**. São Paulo: Edições Rosari, 2002.
- _____. **Leitura Sem Palavras**. 4.ed. São Paulo: Editora Ática, 2004.
- _____. **Olhar Periférico**. São Paulo: Edusp, 1993.
- _____. **Os Significados Urbanos**. São Paulo: Edusp, 2000.
- FLUSSER, Vilém. **A Dúvida**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1999.
- _____. **Filosofia da caixa preta**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.
- _____. **Língua e Realidade**. 2.ed. São Paulo: Annablume, 2004.
- _____. **The Shape of Things**. London: Reaktion Books, 1999.
- _____. **Writings**. Minneapolis: University Minnesota Press, 2002.
- FRANCASTEL, Pierre. **A Realidade Figurativa**. São Paulo: Perspectiva, 1973.
- FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler**. São Paulo: Cortez, 1992.
- FRUTIGER, Adrian. **Sinais e Símbolos**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- GIBSON, James. **The Ecological Approach to Visual Perception**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1986.
- GUATTARI, Félix. **As Três Ecologias**. 15.ed. Campinas: Papirus, 1990.
- HALL, Edward T. **A Dimensão Oculta**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós Modernidade**. 7.ed São Paulo: DP&A 2002.
- HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. 13.ed. São Paulo: Ed. Loyola, 1992.
- HUNT, Wayne. **Environmental Graphics: Projects and Process**. New York: Harpers Design, 2003.
- JAMESON, Fredric. **As sementes do tempo**. São Paulo: Ed. Ática, 1997.
- _____. **Pós modernismo**. 2.ed. São Paulo: Ed. Ática, 2002.
- _____. **Espaço e imagem**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.
- JOHNSON, Steven. **Emergência**. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2003.
- KLEIN, Naomi. **Sem Logo**. 3.ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- KOOLHAAS, Rem & INABA, Jeffrey. **Project on the city. vol 2**. Cambridge: Taschen, Harvard Design School Guide to Shopping, 2001.

- KRAUSS, Rosalind. **The Originality of the Avant-Garde and Other Modernist Myths**. Cambridge: The MIT Press, 1986.
- LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 3, 1989.
- LIPMANN, W. Estereótipos. In: Steimberg, CH (org.) **Meios de Comunicação de Massa**. São Paulo: Cultrix 1980.
- LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- LOPES, M. I. V. **Pesquisa em Comunicação**. 6.ed. São Paulo:Edições Loyola, 2001.
- LOTMAN, Iuri M., Boris Uspenskii, V. Ivanov e outros. **Ensaio de Semiótica Soviética**. Lisboa: Livros Horizonte, 1981.
- LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.
- MACHADO, Arlindo. **Máquina e Imaginário**. 3.ed. São Paulo: Edusp, 2001.
- _____. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. Campinas: Papirus, 1997.
- MACHADO, Irene. **Escola de Semiótica**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.
- _____. Gêneros no Contexto Digital. In: LEÃO, Lucia (org.) **Interlab**. São Paulo: Iluminuras, 2002.
- MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. MIT Press, 2001.
- MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- _____. **Os exercícios do ver**. São Paulo: Editora Senac, 2001.
- MATTELART Armand & MATTELART, Michele. **História das Teorias da Comunicação**. 5.ed. São Paulo: Edições Loyola 2002.
- MAU, Bruce. **Massive Change**. London: Phaidon Press, 2005.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.
- MCLUHAN, Marshall & CARPENTER, Edmund. **Revolução na Comunicação**. 2.ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1971.
- MEINIG, Donald W. (org.). **The Interpretation of Ordinary Landscapes**. New York: Oxford University Press, 1979.
- MELO, Chico Homem de. **Os desafios do designer**. São Paulo: Edições Rosari, 2003.
- _____. **Signofobia**. São Paulo: Edições Rosari, 2005.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **O olho e o espírito**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.
- _____. **Fenomenologia da Percepção**. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- MILLER, J. Abbott. **Dimensional Typography**. Princeton: Princeton Architectural Press, 1996.
- _____. **Signs and Spaces**. Massachusetts: Rockport / Allworth Editions, 1994.
- MOLES, Abraham. **O Cartaz**. 2.ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- _____. **Teoria da informação e percepção estética**. Brasília: Ed.UNB, 1978.
- MOORE, Henry. **Writings and Conversations**. University of California Press, 2002.
- MORAES, Anamaria de (org.). **Avisos, Advertências e Projeto de Sinalização: Ergodesign Informacional**. Rio de Janeiro: iUsEr, 2002.

- MUNARI, Bruno. **Design e Comunicação visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- MUNFORD, Lewis. **Arte e Técnica**. Lisboa: Edições 70, 2001.
- _____. **A Cidade na História**. 4.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- NEGRI, Antonio & HARDT, Michael. **Império**. 6.ed. Rio de Janeiro: Record 2004.
- NEGROPONTE, Nicholas. **A Vida Digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- OLIVEIRA, Ana Claudia de. **Vitrinas: acidentes estéticos na cotidianidade**. São Paulo: EDUC, 1997.
- OGILVY, David. **Confessions of an advertising man**. New York: Ballantines Books, 1972.
- ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1998.
- PANOFSKY, Erwin. **A Perspectiva Como Forma Simbólica**. Lisboa: Edições 70, 1999.
- PARENTE, André (org.). **Imagem-máquina**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.
- PEIRCE, Charles Sandres. **Semiótica**. 3. ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2003.
- PEIXOTO, Nelson Brissac. **Cenários em ruínas**. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- _____. **Intervenções Urbanas: Arte/Cidade**. São Paulo: Ed. Senac, 2002.
- _____. Mapear um mundo sem limites. In: NOVAES, Adauto (org.). **Muito além do espetáculo**. São Paulo: Ed. Senac, 2005.
- _____. **Paisagens Urbanas**. São Paulo: Ed. Senac, 2004.
- PIGNATARI, Décio. **Semiótica da arte e da arquitetura**. 3.ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004.
- SANTAELLA, Lucia. **A percepção: uma teoria semiótica**. 2.ed. São Paulo: Experimento, 1998.
- _____. **Cultura das Mídias**. São Paulo: Experimento, 2003.
- SANTAELLA, Lucia & NÖTH, Winfried. **Imagem, cognição, semiótica, mídia**. 4.ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.
- SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço**. São Paulo: Edusp, 2006.
- _____. **Pensando o Espaço do Homem**. 5.ed. São Paulo: Edusp, 2004.
- SASSEN, Saskia. **As Cidades na Economia Mundial**. São Paulo: Studio Nobel, 1998.
- SEBEOK, Thomas. **Signs: an introduction to semiotics**. Toronto: University of Toronto Press, 1994.
- SFEZ, Lucien. **Crítica da comunicação**. 2.ed. São Paulo: Edições Loyola, 2000.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- SOJA, Edward W. **Geografias Pós Modernas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1993.
- UEXKÜLL, Thure von. A teoria da Umwelt de Jakob von Uexküll. In: **Revista Galaxia n 7** São Paulo: EDUC/CNPq, 2003.
- UPTON, Barbara London. **Photography: adapted from Life Library of Photography**. 3.ed. Boston: Little, Brown and Company, 1985.
- VENTURI, Robert. **Aprendendo em Las Vegas**. São Paulo: Cosac & Naif, 2003.
- _____. **Complexidade e Contradição em Arquitetura**. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

_____. **Iconography and Eletronics Upon a Generic Architeture**. Cambridge: The MIT Press, 1996.

_____. Relearning from Las Vegas. In: KOOLHAAS, Rem & INABA, Jeffrey **Project on the City vol.2**. Cambridge: Taschen, 2001.

VIRILIO, Paul. **A Máquina de Visão**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1994.

_____. **O Espaço Crítico**. Rio de Janeiro: Ed 34, 1993.

WIENER, Norbert. **Cibernética e Sociedade**. São Paulo: Cultrix, 1968.

> Documentos em meio eletrônico

ARTE/CIDADE. **Mapeamento das Situações Urbanas (3)**. Disponível em:

<<http://www.pucsp.br/artecidade/novo/urbanismo05.htm>>. Acesso em: 22 de março de 2007.

CHRISTO. **Some Artworks**. Disponível em: <<http://www.christojeanneclaude.net/>>. Acesso em: 22 março 2007.

CRITELLI, Dulce. **Martin Heidegger e a essência da técnica**.

Disponível em: <<http://www.pucsp.br/margem/pdf/m16dc.pdf>>. Acesso em: 11 janeiro 2007.

GIBSON, James. **Purple Perils**. Disponível em: <<http://www.huwi.org/gibson/index.php>>.

Acesso em: 18 setembro 2006.

MAXIMIANO, L.. **Considerações sobre o conceito de paisagem**. RA'E GA - O Espaço

Geográfico em Análise, América do Sul, 8 3 05 2005. Disponível em:

<<http://calvados.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/raega/article/view/3391> >. Acesso em: 12 fevereiro 2007.

PAIVA, Maria E.F. **Teorias da imagem, os modos técnicos do visual**. In: Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste, X, 2004, Rio de Janeiro. Disponível em:

<<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/19632/1/Maria+Eliana+Facciola+Paiva.pdf>>. Acesso em: 25 março 2007.

SUGIMOTO, Luis. **A Construção da Paisagem**. Jornal da Unicamp. Campinas, 17 abril 2005.

Disponível em: <http://www.unicamp.br/unicamp/unicamp_hoje/jornalPDF/ju283pag12.pdf>.

Acesso em: 25 fevereiro 2007.

WOOD, R, Darek. **Daguerre and his Diorama in the 1830s**. Disponível em:

<http://www.midleykent.fsnet.co.uk/diorama/Diorama_Wood_1_1.htm>. Acesso em:

22 março 2007.

> Filmes e Vídeos

JANELA da Alma, Direção: Walter Carvalho, João Jardim Elenco: Marieta Severo; Jose Saramago, Wim Wenders; Hermeto Pascoal e outros. Ravina Filmes, 2001, Bobina Cinematográfica, son., color., 35mm

MINORITY Report, Direção: Steven Spielberg. Elenco: Tom Cruise, Colin Farrel e outros. Twentieth Century Fox, 2002. 148 min. Bobina Cinematográfica, son., color., 35mm

> Teses, dissertações, artigos, revistas e periódicos

ELLIOTT, Stuart. Inovações obrigam publicitários a mudar estratégias. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 29 maio 2005. Caderno Dinheiro

ELLIOTT, Stuart. Propaganda quer interagir com público. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 25 março 2006. Caderno Dinheiro

HOW. Cincinatti: F&W Publications. Volume XIII. Janeiro/Fevereiro, 1998. Bimensal.

MENDES, Camila Faccioni. **As Interferências da Mídia Exterior na Paisagem Urbana**. 2004, 211 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

SIGN OF THE TIMES. Cincinatti: ST Media Group International, 1906-2007. Mensal.

> Lista de Figuras

Figura 1 – Acervo do Autor, Maio de 2006.

Figura 2 – Disponível em <<http://www.uol.com.br>> em 29/05/2006, foto de Michaela Rehle.

Figura 3 – Revista Signs of the Times, ST Media Group, Dezembro de 2006, p.22.

Figura 4 – Acervo do Autor, Junho de 2005.

Figura 5 – Revista Signs of the Times, ST Media Group, Fevereiro de 2007, p.45.

Figura 6 – Acervo do Autor, Carmim, Janeiro de 2007.

Figura 7 – WILKINSON, Alan, University of California Press, **Henry Moore**, p.207, fig. 67.

Figura 8 – Acervo do Autor, Agosto de 2004.

Figura 9 – Rockport / Allworth Editions, Signs and Spaces, p.14.

Figura 10 – Disponível em <<http://www.artandarchitecture.org.uk>>

Figura 11 – ATGET, Eugène, Könemann, **Aperture Masters of Photography**, p.13.

Figura 12 e 13 – HUNT, Wayne, Harper Design, **Enviromental Graphics**, p.36 e p. 39.

Figura 14 e 15 – ST Media Group, **The Big Picture**, Cincinnati, Ohio, p.26 e 27.

Figura 16 – Acervo do Autor, Março de 2004.

Figura 17 e 18 – Disponível em <<http://www.christojeanneclaude.net>>

Figura 19 – Fotograma, 35mm, Paris Files, **A Força de um Amor**, cenas 1, 2 e 3.

Figura 20 e 21 – Disponível em <<http://www.pucsp.br/artecidade/novo/urbanismo05.htm>>

Figura 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28 – Disponível em <http://phomul.canalblog.com/> e <<http://www.tipografos.net/designers/bayer.html>>

Figura 29, 30 e 31, 32 e 33 – Disponível em <<http://www.photoitmcollection.org/>>

Figura 34 e 35 – Revista HOW, AIGA, The Audit Bureau, fevereiro de 1998, p.77 e 78.

Figura 36 – Jornal Folha de São Paulo, Ilustrada, 7 de abril de 2006, E6.

Figura 37 – Disponível em <<http://www.ruyotake.com.br>>

Figura 38 – Disponível em <<http://www.danda.be/gallert/91>>

Figura 39 – Jornal Folha de São Paulo, Dinheiro, 27 de julho de 2005, B11.

Figura 40 – Acervo do Autor, Agosto de 2006.

Figura 41 – GOMBRICH, E.H., LTC, **A História da Arte**, p.114,fig 72.

Figura 42 – GOMBRICH, E.H., LTC, **A História da Arte**, p.328,fig 209.

Figura 43, 44 e 45– Disponível em:

<http://www.midleykent.fsnet.co.uk/diorama/Diorama_Wood_1_1.htm>, 22 março 2007.

Figura 46 – Acervo do Autor, Junho de 2005.

Figura 47 – Acervo do Autor, Junho de 2005.

Figura 48, 49,50 – Acervo do Autor, Maio de 2006.

Figura 51 e 52 – ST Media Group, **The Big Picture**, Cincinnati, Ohio, p.9.

Figura 53 e 54 – Acervo do Autor, Maio de 2003.

Figura 55 – Acervo do Autor, Junho de 2007

Figura 56 e 57 – ST Media Group, **The Big Picture**, Cincinnati, Ohio, p.93.

Figura 58 – ST Media Group, **The Big Picture**, Cincinnati, Ohio, p.94.

Figura 59 – ST Media Group, **The Big Picture**, Cincinnati, Ohio, p.87.

Figura 60 – ST Media Group, **The Big Picture**, Cincinnati, Ohio, p.116

Figura 61 – Acervo do Autor, novembro de 2006.

Figura 62 – Acervo do Autor, Junho de 2005.

Figura 63 – Jornal Folha de São Paulo, Esporte, 27 de fevereiro, D2.

Figura 64 – ST Media Group, **The Big Picture**, Cincinnati, Ohio, p.56.

Figura 65 e 66 – Acervo do Autor, Setembro de 2005.

Figura 67– Acervo do Autor, Dezembro de 2006.

Figura 68 – Disponível em <<http://www.eagora.com.br/ler.php?idnew=50571&canid=20>>,25 março 2007

Figura 69 – ST Media Group, **The Big Picture**, Cincinnati, Ohio, p.24.

Figura 70, 71, 72, 73– Acervo do Autor, Abril de 2006.

Figura 74 e 75 – Rikuyosha Co.,**Best Sign Design In Japan Selection 220**,p.155.

Figura 76 – Rikuyosha Co.,**Best Sign Design In Japan Selection 220**,p.177.

Figura 77, 78, 79 – HUNT, Wayne,Harper Design, **Enviromental Graphics**, p.53.

Figura 80 – Rikuyosha Co.,**Best Sign Design In Japan Selection 220**,p.123, fig.67.

Figura 81 – Rikuyosha Co., **Best Sign Design In Japan Selection 220**, p.22, fig 11.

Figura 81 – Revista Signs of the Times, ST Media Group, Novembro de 2002, p.88.

Figura 83, 84 – HUNT, Wayne, Harper Design, **Enviromental Graphics**, p.39.

Figura 85, 86 – Rikuyosha Co., **Best Sign Design In Japan Selection 220**, p.05, fig.02.

Figura 87 – Acervo do Autor, Agosto de 2003.

Figura 88 – Acervo do Autor, Junho de 2004.

Figura 89 – Acervo do Autor, Junho de 2005.

Figura 90 – Rikuyosha Co., **Best Sign Design In Japan Selection 220**, p.64, fig.33.

Figura 91 e 92 – ST Media Group, **The Big Picture**, Cincinnati, Ohio, p.34.

Figura 93 – Acervo do Autor, Março de 2004.

Figura 94 – Acervo do Autor, Fevereiro de 2003.

Figura 95 – Revista Signs of the Times, ST Media Group, Novembro de 2002, p.81.

Figura 96 – Acervo do Autor, Outubro de 2004.

Figura 97 - Acervo do Autor, Junho de 2005.

Figura 98,99 – Cenas Filme Minority Report, Steven Spielbeg, Twentieth Century Fox, 2002.

Figura 100 - Acervo do Autor, Junho de 2005.

Figura 101 - Acervo do Autor, Junho de 2005.

século, inscreveria na área sua larga
o centro por uma linha de bondes que
ecia assim aos paulistanos também um
mílias operárias, nos finais de semana
arque, quando no coreto do jardim a
le Carlos Gomes ou composições de
nizador próprio da virada do
s de Azevedo, do edifício
garia a Pinacoteca do E

