

CHE - CÂMARA DE CIÊNCIAS HUMANAS, SOCIAIS E EDUCAÇÃO (PÔSTER)

NOME: ROSILENE CONCEIÇÃO MACIEL

TÍTULO: A ICONOGRAFIA DA PAISAGEM URBANA NA CONSTRUÇÃO DE MARCAS TERRITORIAIS: UM ESTUDO NA CAPITAL MINEIRA

AUTORES: ROSILENE CONCEIÇÃO MACIEL, MARIA CHIARA FARIA

AGÊNCIA FINANCIADORA (se houver): PAPq/UEMG

PALAVRA CHAVE: design, identidade e território.

RESUMO

O projeto "A Iconografia da Paisagem urbana na construção de marcas territoriais" desenvolve um estudo em Belo Horizonte que envolve os referenciais urbanos da cidade e as apropriações iconográficas em marcas gráficas locais. O estudo analisa as possíveis relações de identificação da sociedade com os marcos referenciais que se destacam na paisagem da cidade. Busca compreender o que motivam as apropriações simbólicas de determinados elementos que se sobressaem cultural e socialmente em meio às paisagens urbanas e são representados iconograficamente em marcas gráficas comerciais ou institucionais locais. Parte-se do pressuposto que tais representações, ao apropriarem-se de um elemento concreto da paisagem local, apropriam-se também do simbólico que o envolve. Nesse sentido são incorporados os estudos territoriais que toma o território como um espaço onde se vive e onde se dá todo tipo de relações sociais. A cidade então é entendida como um território que possui suas riquezas e valores territoriais e, também ela, é constituída por muitos territórios. O quadro teórico está embasado nos fundamentos que relacionam design e território articulados pelos conceitos da paisagem cultural e identidade urbana. A paisagem é um componente relevante na estruturação de identidades urbanas, pois identifica lugares e cria referenciais. Dessa forma, é frequente seu uso na construção de marcas gráficas de cidades ou de produtos que dela se originam. Essa observação conduz a uma análise dos elementos gráficos na consolidação da paisagem, vistos como referência de identidade urbana; sobretudo, se analisados sob o ponto de vista do design gráfico em uma abordagem cultural. Outra vertente, aqui adotada, coloca o design gráfico como mediador da interação entre território e marca. Nessa relação, território-marca, estabelece-se um "empréstimo" ou uma relação de troca entre os valores do território e sua imagem com os valores da marca, produto ou instituição. Nessa perspectiva, é possível que o território reforce a marca e vice-versa. Com base em estudos anteriores, é possível classificar essas marcas em quatro grupos distintos que se distribuem em quadrantes denominados por marcas embaixadoras, aristocratas, emergentes e impostoras. A partir do reconhecimento das marcas e de sua relação com o lugar, é possível traçar planos de gestão para que as marcas mudem de quadrante, ampliando mercados e estabelecendo maior vínculo com o território de origem em um processo de retroalimentação, onde o território favoreça a marca e a marca favoreça o território.

Nesse sentido, a partir de uma abordagem qualitativa e de caráter documental trabalha-se a captação, seleção e classificação das marcas gráficas locais que utilizam os principais elementos da paisagem como referente iconográfico. As imagens das marcas serão tomadas como principais documentos, fontes de pesquisa e análise. Toma-se também como referências secundárias de pesquisa e análise outros elementos iconográficos dispostos em ônibus, veículos, placas e letreiros da cidade. Os resultados parciais apontam para o uso simultâneo de quatro elementos principais com algum destaque a ser ainda verificado. Uma discussão importante em relação aos resultados perpassa o uso arbitrário desses elementos e sua repetição descolada de uma apropriação de fato por parte da sociedade ou uma apropriação tardia pela repetição e reprodução de discursos. A análise das marcas e seus quadrantes constituem a fase final de análise da pesquisa.