

## Signos de memória: criação de signos gráficos a partir de memória afetiva

*Memory signs: the creation of graphic signs from affective memory*

Silvia Matos, Solange G. Coutinho

signos de memória, memória gráfica afetiva, sistemas de identidade visual, design da informação

Este artigo apresenta o resultado de uma pesquisa cujo objetivo foi propor a construção de signos para compor um sistema de identidade visual a partir da memória afetiva de seus utilizadores. O estudo foca nas questões referentes a modelos para ensino em design gráfico e tem vínculos de intercessão com o design da informação, a partir da produção de significados e contribuição para a eficiência de sistemas de signos. Como metodologia, seguiu-se a linha de pesquisa-ação, com coleta de dados por meio de entrevistas semiestruturadas, análise qualitativa das histórias de vida advindas das memórias dos entrevistados e representação de signos linguísticos em signos icônicos. Para a validação do estudo realizou-se a criação de signos de memória para serem utilizados nas aplicações do sistema de identidade visual em um projeto de redesign da marca do Bar do Zé Reeira, situado no bairro da Cidade Alta, em Natal-RN. Como resultados, obteve-se o desenvolvimento de signos linguísticos, a partir da análise de história de vida dos depoentes, que derivaram em 34 signos icônicos. Após serem submetidos a avaliações com os proprietários do bar e uma amostra de clientes antigos, 28 signos foram considerados signos de memória, a partir do princípio de que motivaram usuários a recontarem memórias, além de apresentarem critérios de memorabilidade. Os signos de memória foram selecionados para compor o sistema de identidade visual do bar. Observou-se, durante o processo de construção e avaliação, que os chamados signos de memória contribuíram para a eficiência do sistema de signos desenvolvido, o que permitiu verificar uma possível contribuição aos estudos em design da informação.

*memory signs, affective graphic memory, visual identity systems, information design*

*This article presents the results of a research study, which proposed the construction of signs in order to compose a visual identity system, based on the affective memory of its users. The study focuses on issues related to models of teaching in graphic design and has interventional links with information design, starting from the production of meanings and contribution to the efficiency of sign systems. The research methodology adopted was along the lines of action research, with data collection through semi-structured interviews, a qualitative analysis of life stories from the interviewees' memories and the representation of linguistic signs in iconic signs. To validate the study, memory signs were created to be used in applications of a visual identity system in the redesign project for a bar called Bar do Zé Reeira, located in the neighborhood of Cidade Alta, in Natal-RN. As a result, the development of linguistic signs was obtained from the analysis of the interviewees' life history, which resulted in 34 iconic signs. After being submitted to assessments with the owners of the bar and a sample of old customers, 28 signs were considered memory signs, based on the principle that they motivated users to recall memories, in addition to presenting criteria of memorability. The memory signs were selected to make part of the bar's visual identity system. During the construction and assessment process, it was observed that the so-called memory signs contributed to the efficiency of the developed sign system, which thereby enables a possible contribution to studies in information design.*

## 1 Introdução

O presente artigo apresenta o resultado de uma pesquisa cujo objetivo foi propor um modelo para construção de signos para compor sistemas de identidade visual, a partir da memória de seus utilizadores (Nora, 2012; Delgado, 2003). Tais signos foram chamados neste estudo de signos de memória.

Entendendo o sistema de identidade visual como o conjunto formado pela identidade visual e suas aplicações nas diversas peças de comunicação (Peón, 2011), geralmente os signos desenvolvidos para essas aplicações são compostos por desenhos, grafismos, cores, entre outros. Este estudo, portanto, possui foco nas questões referentes ao ensino em design gráfico, especificamente por propor um novo modelo de criação de signos para compor aplicações de marca.

A pergunta para este artigo foi, portanto: em um projeto de sistema de identidade visual, signos desenvolvidos a partir de memórias dos seus utilizadores (clientes e usuários) poderão ser memoráveis (Damazio, 2013), contribuindo para a eficiência do seu sistema de signos?

O estudo possui vínculos de intercessão com o design da informação, a partir da contribuição para a eficiência de sistemas de signos, da produção de significados e da própria proposta de modelo.

Como metodologia, seguiu-se a linha de pesquisa-ação (Thiollent, 2011), interligando conhecimento e ação e extraído da ação, novos conhecimentos. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas, relacionando-se conceitos de história e memória (Nora, 2012; Delgado, 2003). Para análise e interpretação, utilizou-se análise qualitativa das histórias de vida (Bosi, 2003) advindas das memórias dos entrevistados e representação de signos linguísticos em signos icônicos (Joly, 2012). Para aplicação e avaliação do modelo, realizou-se a criação dos signos de memória para compor o redesign do sistema de identidade visual do Bar do Zé Reeira, situado no bairro da Cidade Alta, em Natal-RN, meta do projeto de extensão Criatif na Cidade Alta, Edital 01/2018-DG/CAL/IFRN.

Os signos icônicos (Joly, 2012) do bar do Zé Reeira foram desenvolvidos a partir da interpretação em desenhos vetoriais de signos linguísticos (Joly, 2012) advindos das memórias dos depoentes. Tais signos foram avaliados com clientes antigos, para verificar se os desenhos os faziam rememorar boas lembranças relacionadas ao local e se carregavam atributos de memorabilidade (Damazio, 2013) e, assim, elevando-os ao patamar de signos de memória.

Pode-se considerar signos de memória, portanto, aqueles desenvolvidos por meio das memórias e reconhecidos como memoráveis, a partir da fala dos depoentes.

Como resultados, percebeu-se a eficiência dos sistemas de signos de memória, respondendo à pergunta do estudo e contribuindo para os estudos em design da informação. Além de contribuir para o ensino em design gráfico, com um modelo para a criação de signos para compor sistemas de identidade visual.

## 2 Referencial Teórico

Para Costa (1995) o design gráfico apresenta duas áreas principais: o design da informação e o design de identidade. Para ele, o design da informação abrange os campos dos gráficos funcionais, didáticos e persuasivos. E o design de identidade é desenvolvido a partir de três pontos de vista: marca, identidade corporativa e imagem global.

O estudo de Passos et al. (2015, p.2), por outro lado, percebe o design da informação como uma subárea do design. Eles questionam alguns conceitos que revelam uma relação hierárquica com o design gráfico e afirmam que a hierarquização “pode tornar-se restritiva ou limitante para expressar a potencialidade do DI enquanto agente de configuração da informação em interfaces diversas, em contextos diversos”.

Em 2020, a Sociedade Brasileira de Design da Informação (SBDI) apresentou uma nova definição para o design da informação, onde é visto como área do design e cujo propósito é a definição, planejamento e configuração do conteúdo de uma mensagem. Neste sentido, verifica-se uma clara aproximação com sistemas de identidade visual, quando se entende forma como conteúdo e o sistema de identidade visual como algo que informa. Essa relação inclusive pode ser atestada no estudo de Souza et al. (2016) quando refletem que a forma também informa.

Para Chaves (1996), a imagem institucional é a interpretação coletiva de um discurso imaginário que a sociedade constrói a respeito de uma instituição. E, para ele, instituição é o que é representado pelo projeto: empresa, entidade, personalidade, produto, evento ou serviço.

Entende-se identidade visual como um conjunto de elementos gráficos que representam visualmente atributos de uma instituição. Ou seja, os elementos construídos de uma identidade visual reapresentam esses atributos, permitindo a identificação da instituição, por meio da sua diferenciação e/ou semelhança em relação a outras identidades visuais (Chaves, 1996; ADG, 2012; Monteiro, et al., 2017). A identidade visual pode ser vista, portanto, como representação visual de atributos da imagem institucional percebidos e interpretados por seus utilizadores.

Para discorrer sobre o termo signo, ancorou-se nos estudos de semiótica de Peirce (1839-1914), estudados pelos autores Santaella e North (1998) e Joly (2012) percebendo signo como algo que representa ou que está no lugar de alguma coisa, ou seja, o signo não é a coisa em si, mas a representação dela. Segundo Joly (2012, p.33) “essa coisa que se percebe no lugar de outra; esta é a particularidade essencial do signo: estar ali, presente, para designar ou significar outra coisa, ausente, concreta ou abstrata”.

Para a classificação dos signos em linguísticos e icônicos utilizou-se os estudos de Joly (2012, p.35). Para ela, *signos linguísticos* são a face significante (percebida) da palavra e *signos icônicos*, aqueles cujo significante mantém uma relação análoga com o que representa, no caso deste estudo, um desenho figurativo.

No que concerne à memória, utilizou-se os escritos de Nora (1994) e Delgado (2003). Primeiramente, percebeu-se que ela não é sinônimo de história. Concorda-se, nesse sentido, com a visão de Nora (1994) quando ele afirma que memória se refere a momentos reais vividos por quem os conta; já o termo história refere-se à interpretação dos fatos por historiadores,

peças talvez distantes dos momentos vividos. Por outro lado, Delgado (2003) entende que memória e história se aproximam na construção de identidade e na representação do passado.

O Bairro da Cidade Alta, em Natal-RN, fez parte da história de nascimento da cidade e criou marcos referenciais que simbolizam sua identidade, como a Igreja do Galo, a Pinacoteca, a Catedral, entre outros (SEMURB, 2009). O Criatif na Cidade Alta foi um projeto de extensão fomentado pelo IFRN no ano de 2018, que surgiu como resposta a uma demanda de expressão e valorização da identidade cultural do bairro. O objetivo do projeto foi expressar visualmente os pontos referenciais do local, elencados pelas pessoas que lá convivem e não encontrados em histórias descritas por historiadores (Nora, 2012; Delgado, 2003).

Visto pela história, o bar do Zé Reeira funciona há 13 anos em Natal-RN e foi considerado parte do circuito cultural da cidade, sendo reconhecido como importante ponto de encontro do Centro Histórico. Segundo o Jornal Tribuna do Norte (2015):

[...] Um boteco que fechou a rua e virou espaço cultural: são méritos do bar do Zé Reeira, que há sete anos conta com uma das clientela mais fiéis da Cidade Alta. “A Rua Professor Zuza era um lugar abandonado e esquisito, ninguém acreditou quando eu disse que abriria um bar aqui, mas estourou logo no primeiro mês”, conta Zé Reeira, ou melhor José Flor Sobrinho. Ele não começou ontem no ramo: já tinha um bar aos 14 anos (os tempos eram outros), nas Rocas, passou longas temporadas no Rio de Janeiro e São Paulo, como comerciante. Voltou para Natal e abriu o restaurante Cinderela, que marcou época nos anos 80. O homem entende do riscado. (Tribuna do Norte, 2015).

A partir de pesquisa realizada pelo projeto de extensão, o bar do Zé Reeira foi reconhecido como um dos marcos referenciais da Cidade Alta pelos frequentadores do bairro e, por isso, o projeto de extensão desenvolveu o redesign do sistema de identidade visual do local, que incluiu uma nova marca e os signos de memória para compor suas aplicações, estes últimos apresentados neste artigo.

Para considerar o termo signos de memória utilizou-se uma parte convergente entre os estudos de Delgado (2003) e Nora (1994) sobre o termo lugares de memória. Nora (1994) cunha o termo para lembrar que esses espaços são produtos dos narradores, diferentes dos lugares de história, que para ele são produtos dos museólogos e arquivistas. Nora (1994, p.27) cita que “diferentemente de todos os objetos da história, os lugares de memória não têm referentes na realidade. Ou melhor, eles são, eles mesmos, seu próprio referente.” Delgado (2003, p. 21) associa os lugares de memória a narrativas (orais ou escritas), que funcionam como instrumentos para “preservação e transmissão das heranças identitárias”. Dessa maneira, assim como as memórias podem estar em diversos lugares, pode-se sugerir que signos de memória podem ser considerados coisas que conservam a memória do entrevistado, que são o seu próprio referente e que o fazem lembrá-la e recontá-la.

Os estudos de Damazio (2013) permitiram classificar os signos de memória como memoráveis, quando eles fazem bem lembrar e, por isso, contribuem para a eficiência do sistema de signos. Damazio (2013, p.48) identificou “que coisas fazem bem lembrar quando: (1) nos distinguem como indivíduos, (2) surpreendem e fazem rir, (3) trazem conforto e serenidade, (4) estimulam a fazer o bem, (5) criam e fortalecem laços afetivos, (6) nos fazem sentir queridos e importantes”.

### 3 Metodologia

Como metodologia seguiu-se a linha de pesquisa-ação (Thiollent, 2011), com o desenvolvimento do modelo durante a ação da pesquisa. Para criar signos para compor o SIV do bar do Zé Reeira, esta metodologia seguiu cinco passos: (1) coleta de dados com os proprietários do bar e clientes, para levantar memórias deles em relação ao local; (2) análise e interpretação das entrevistas, a partir análise de histórias de vida dos entrevistados e levantamento de signos linguísticos; (3) transformação dos signos linguísticos em signos icônicos; (4) avaliação dos signos icônicos, para verificar se poderiam ser considerados signos de memória e (5) aplicação dos signos de memória em peças gráficas do bar.

#### Coleta de dados

As entrevistas semiestruturadas aconteceram em setembro de 2018 com os proprietários do bar, Zé Reeira e sua filha Daiana Flores, além de vinte e cinco usuários e foram realizadas pela coordenadora e o coorientador<sup>1</sup> do projeto Criatif na Cidade Alta. A decisão por entrevistar Daiana foi posterior à entrevista com Zé Reeira, quando se percebeu que ele citou a filha em suas respostas, como alguém que esteve sempre presente. E a escolha dos vinte e cinco clientes foi indicação da própria Daiana, com o critério de serem clientes antigos, prováveis detentores de numerosas e/ou relevantes memórias.

Desenvolveu-se um roteiro para as entrevistas que serviu apenas como guia: (a) nome; (b) há quanto tempo frequenta o bar? (c) faça uma volta ao tempo e conte histórias que venham à sua cabeça sobre suas experiências com o bar do Zé Reeira; (d) o que não pode faltar quando você pensa em Zé Reeira? e (e) se o bar fosse algo ou alguém, o que seria? Entretanto, as entrevistas aconteceram como uma conversa informal, até pela própria condição de informalidade do local. Para Thiollent (1982, p. 86), em entrevistas de história de vida “o entrevistador se mantém em uma ‘situação flutuante’ que permite estimular o entrevistado a explorar o seu universo cultural, sem questionamento forçado”.

Projetou-se gravar as entrevistas em áudio e/ou vídeo, para que pudessem ser recuperadas na íntegra, mas a música do local não permitiu realizar a gravação. Assim, as entrevistas foram transcritas em um diário de campo.

Não se preocupou se as memórias contadas representavam fatos vividos do mundo real ou se eram uma realidade romaneada da memória de cada um. Para isso, utilizou-se a técnica de entrevistas e as visões de Bosi (2003) e Portelli (1996). Bosi (2003) faz uma relação entre as lembranças subjetivas e a narrativa oral. De acordo com a autora, o sujeito que dá depoimentos orais revive suas lembranças como uma nova experiência. Essa posição de Bosi (2003) é reafirmada por Portelli (1996) quando ele apresenta que cada pessoa tem uma verdade diferente sobre os fatos e que essa verdade relatada se transforma em fato.

---

<sup>1</sup> Jose Roberto Pereira Leite Filho, designer do IFRN e membro do projeto Criatif na Cidade Alta.

### **Análise e interpretação dos dados**

A análise dos dados foi realizada a partir da análise qualitativa das histórias de vida advindas das memórias dos entrevistados Bosi (2003). Este processo foi realizado pelos orientadores e os treze estudantes do projeto de extensão.

Primeiramente, as entrevistas foram transcritas, entendendo que as memórias significavam a narrativa de vida de cada um e a maneira como ele a reconstrói Bosi (2003).

Em seguida, foram realizados resumos das falas e identificados signos linguísticos dos relatos que poderiam ser representados por signos icônicos (Joly, 2012).

### **Construção dos signos icônicos**

A partir dos signos linguísticos os estudantes foram orientados a desenvolver signos icônicos, por meio do processo de vetorização e simplificação da forma. A orientação foi de se criar desenhos figurativos, ou seja, que representassem o signo linguístico de forma análoga (Joly, 2012). Quanto às cores, optou-se por desenvolver todos os vetores em preto (acromático), para que diferenças de cor não influenciassem a fase posterior de avaliação dos signos.

Foram desenvolvidos 34 signos icônicos, organizados e impressos em folhas tamanho A4 para serem apresentados aos proprietários e usuários, no processo de avaliação.

### **Avaliação dos signos icônicos**

Para avaliação, primeiramente, apresentou-se os 34 signos icônicos impressos para Zé Reira e Daiane Flores, para verificar se eles reconheciam ou se recontavam as memórias, a partir do contato com os desenhos. Eles pediram alteração em oito signos.

A segunda avaliação, já com as alterações, foi realizada com quatro usuários antigos, que não participaram da primeira entrevista, para verificar se os signos fariam reavivar suas memórias sobre o bar.

No final, 28 signos icônicos motivaram os usuários a contarem memórias e apresentavam critérios de memorabilidade vistas em Damazio (2013). Por isso, foram considerados signos de memória e selecionados para compor o sistema de identidade visual do bar.

### **Aplicação**

Os signos de memória foram aplicados em peças gráficas como cardápios, louças, uniformes, entre outros e os arquivos disponibilizados para os proprietários do bar, para impressão.

Algumas peças podem ser visualizadas nos resultados deste artigo, em formato de *mockups* (modelos digitais). Tais modelos apresentam a aplicação dos signos de memória em conjunto com a nova marca criada pelo projeto Criatif, que não é objeto deste artigo.

## 4 Resultados

Apresenta-se, a seguir, os resumos das entrevistas, os signos linguísticos e icônicos, além da avaliação e aplicação dos signos de memória no sistema de identidade visual do bar do Zé Reeira.

### Resumo das entrevistas com os proprietários e signos linguísticos (em negrito)

O bar é o Zé, e **o Zé é o bar**. O Zé trabalha desde os 13-14 anos e antes de abrir o seu próprio bar trabalhou em vários lugares em Natal e no Rio de Janeiro, onde **tinha uma casa que vendia santos**. O apelido **Zé Reeira** veio de um amigo que um dia, querendo tirar o Zé do trabalho, gritou “*sai daí Seu Zé Reeira!*” O bar surgiu quando o **Cinderela Restaurante quebrou (“eu trinco, não quebro”, é assim que o Zé fala)**, e um amigo – dono da **Espagueteria “Holandia”** - o instigou a abrir outro bar, com o nome Zé Reeira. Atualmente o bar é famoso, e ao mesmo tempo é **casa de muita gente. As caixas de cerveja foram berço para Daiana**. O que o torna diferente dos outros bares é o Zé, que sai de mesa em mesa **abraçando as pessoas. Ele dá amor e comida junto**. E a simpatia dos clientes, que são como **pedras preciosas**. Não pode faltar **costela de boi, carneiro, picado de sábado e rum no final**. O sonho para o bar é que o Zé continue **segurando a peteca até onde der**, que **Daiana toque o barco com ele**, que seja um lugar menor, o Zé Reeira Prime. Boas lembranças são o **aniversário de 70 anos do Zé**, com muitas fotos, e quando ele grita na hora de fechar “*Solta o preso, delegado!*” Se fosse algo ou alguém, **o bar seria ele mesmo**.

### Resumo das entrevistas com 25 usuários e signos linguísticos (em negrito)

O bar do Zé Reeira oferece ao público programação cultural, bom ambiente, **boa comida e excelente** atendimento. Lá tem **música, carnaval, capoeira e shows**. Além disso é um lugar descolado com um público diferenciado, tranquilo, popular, com **grafites, incensos**, um point que sempre melhora. Um espaço para encontros e confraternizações, para **namorar** e conhecer pessoas, além de facilitar os intervalos de alunos do **IFRN** e a **política**. Tem sempre promoção de **cerveja** e almoço prático.

### Signos icônicos desenvolvidos

Apesar da orientação para o desenvolvimento de signos figurativos, análogos ao signo linguístico, alguns deles foram desenvolvidos pelos estudantes de forma menos literal. Essa situação foi prevista por Joly (2012, p. 36), quando ela afirmou que “é possível distinguir diversos tipos de analogia e, portanto, diversos tipos de ícone, que são a imagem propriamente dita, o diagrama e a metáfora”.

Como exemplos, temos na Figura 1 a representação figurativa do **picado de sábado**, prato servido nos dias de sábado. Entretanto, para o signo linguístico **ele dá amor e comida junto**, o estudante criou, metaforicamente, corações saindo de um prato de comida.

Figura 1: Exemplos de signos icônicos desenvolvidos. (Fonte: Projeto Criatif na Cidade Alta).

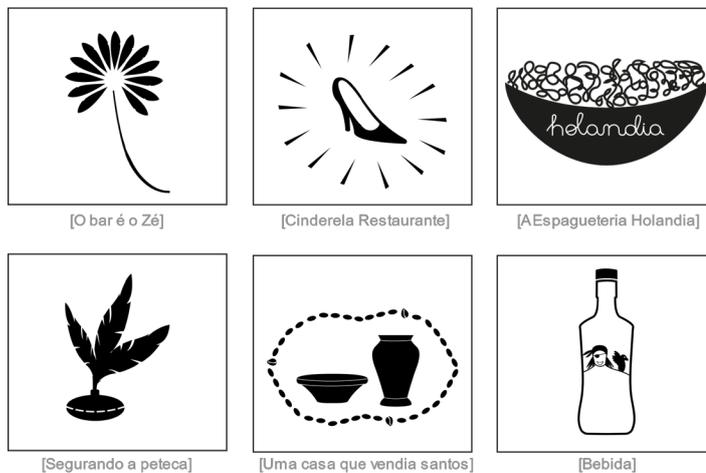


### O processo de avaliação dos signos icônicos

Na primeira avaliação com os proprietários do bar, Daiana reconheceu todos os 34 signos e Zé Reeira não reconheceu oito deles. Naquele momento, a pesquisadora inferiu que os signos poderiam ser alterados ou excluídos e que a situação era prevista na pesquisa. Eles, então, propuseram modificações nos oito signos e optaram por não excluir nenhum deles.

Em outro momento, já com signos modificados, foi realizada a segunda avaliação com quatro usuários, clientes antigos do bar, que não participaram da entrevista anterior, para verificar se os signos fariam reavivar suas memórias e se poderiam ser reconhecidos atributos e memorabilidade em suas falas. Seis dos signos não foram reconhecidos e não reavivaram memórias dos entrevistados, ilustrados na Figura 2.

Figura 2: Signos que não foram reconhecidos. (Fonte: Projeto Criatif na Cidade Alta).



O desenho da flor não fez contar memórias e não foi associado ao nome de Zé Reeira de batismo: José Flores. “*Não tem nada a ver com aqui*”. O sapatinho da Cinderela não foi reconhecido como o antigo bar Cinderela. O prato de espaguete, em referência à espagueteria “Holandia” e o desenho da peteca, que simbolizava que a fala “*segurando a peteca aonde der*”, também não foram reconhecidos. O mesmo aconteceu com os potinhos e búzios, que representavam a loja que Zé Reeira teve no passado. Sobre os potes, apenas um usuário reconheceu como elementos de Umbanda, mas afirmou: “*não seria bom associar Zé Reeira a um único tipo de religião, pois ele é um ser adepto ao sincretismo.*” A garrafa também não fez recontar memórias, nem reconheceram como uma bebida à base de rum.

No final, 28 signos foram reconhecidos e motivaram os usuários a contar memórias. Pelas falas dos depoentes, percebeu-se que eles eram memoráveis, principalmente porque surpreenderam, fizeram rir e os fizeram sentir queridos e importantes (Damazio, 2013).

Por isso, os signos foram selecionados para serem utilizados no SIV do bar. Uma amostra de doze signos e as declarações que os fizeram ser conhecidos como signos de memória, podem ser vistas nas Figuras 3, 4 e 5.

Figura 3: Exemplos 1-4 de signos de memória. (Fonte: Projeto Criatif na Cidade Alta).



O signo icônico do Zé Reeira, nova versão para a flor, foi facilmente associado a ele próprio. Nas falas, tivemos: “*esse é Zé, meu amigo*”, “*Zé Reeira, rei daqui*”, “*Esse é o dono deste lugar*”, “*o Zé em pessoa*”. O nome Zé Reeira, também foi reconhecido. E sobre o xingamento pudemos ouvir nas falas que lembravam como surgiu o nome do bar: “*Zé Reeira foi um apelido que deram a ele e pegou*”. “*Zé Reeira é estranho, mas ficou*”, “*Ele não gostava de ser chamado assim*”. Sobre o bar Cinderela, nova versão do “sapatinho”, três clientes disseram que era o primeiro bar do Zé e um lembrou que se localizava na Avenida Rio Branco.

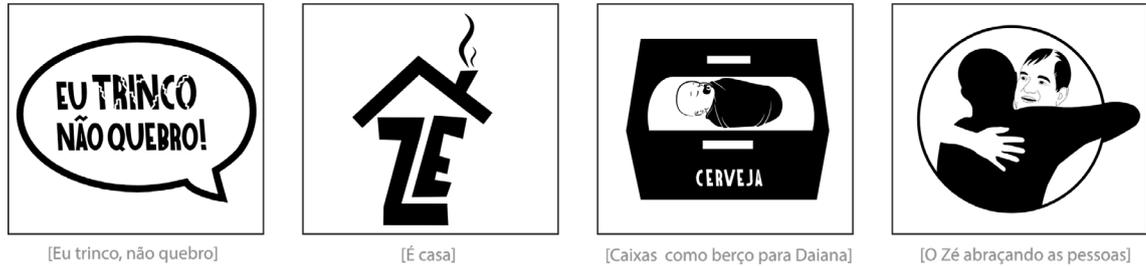
Figura 4: Exemplos 5-8 de signos de memória. (Fonte: Projeto Criatif na Cidade Alta).



Sobre o desenho do bife de panela, os clientes disseram: “*Deve ser o bife de panela. O Zé serve um bife na panela, molinho, delicioso*”; “*Esse prato tem que provar*”. Sobre Daiana tocando o barco, eles reconheceram os proprietários no desenho: “*desde que Daiana veio pro bar as coisas estão muito organizadas*”; “*Daiana, a filha dele, haha, igualzinho, ela ajuda a tocar o bar*”; “*Daiana, o sorriso dela conquista a gente. E é muito competente*”; “*Ele não toca isso sozinho mais, ela tá sempre aqui*”. O bolo de aniversário do Zé Reeira também avivou as memórias: “*a festa dele, de 70 anos, foi maravilhosa, tinha gente que não cabia*”; “*passaram o filme da vida dele no telão, como você está fazendo aqui com esses desenhos, é emocionante isso*”; “*a festa do Zé, tá ficando velho, meu amigo*”. E a frase “*Solta o preso delegado*”, fez os

clientes se alegrarem: “Esse grito ele faz pra expulsar a gente daqui”; “Ahahah, ele fala isso quando ele quer ir embora”; “Solta o preso, ele grita isso e a gente leva um susto”.

Figura 5: Exemplos 9-12 de signos de memória. (Fonte: Projeto Criatif na Cidade Alta).



[Eu trinco, não quebro]

[É casa]

[Caixas como berço para Daiana]

[O Zé abraçando as pessoas]

Sobre a frase “*Eu trinco, não quebro*”, disseram: “*Ele fala isso sempre*”; “*Isso é o vai e vem da vida dele como comerciante*”. A casa também fez lembrar, entretanto com significados distintos, como pode ser visto: “*O bar é minha segunda casa, venho aqui todos os dias*”; “*O Zé mora aqui em cima também, é casa e bar*” e “*Essa é a segunda casa da filha dele.*” A caixa de cerveja com o bebê dentro trouxe memórias: “*Esse bebê é a menina do Zé, nasceu aqui*”; “*Esse lugar é da família dele*”. Sobre o signo do abraço: “*o Zé é um amigo doce, abraça todo mundo que chega*”, “*Ele sai da cozinha e vem abraçar quem tá aqui*”; “*Tem gente que não sai daqui, sem um abraço dele*”, “*Ele abraça todo mundo, pobre, rico, homem, mulher, criança*”.

### Aplicação dos signos de memória

Nesta fase, desenvolveu-se aplicações com os signos de memória. Tais peças gráficas compuseram o sistema de identidade visual do bar, que podem ser vistos nas Figuras 6 e 7. Os arquivos foram entregues aos proprietários para futura impressão e apresentados em *mockups*, para facilitar a visualização.

Figura 6: Modelo digital de louça com signos de memória e o redesign da marca ao centro. (Fonte: Projeto Criatif na Cidade Alta).



Figura 7: Modelo digital de guardanapo com signos de memória. (Fonte: Projeto Criatif na Cidade Alta).



## 5 Considerações finais

Para propor a construção de signos de memória, foi imprescindível relacionar o construto teórico sobre memória e história, visto principalmente em Nora (1994) e Delgado (2003) aos conceitos de criação de sistemas de identidade visual.

Essa aproximação de conceitos foi atestada a partir dos estudos de Todorov (1999, apud Delgado, 2003, p.17) para refletir que a memória não se reduz ao ato de recordar. Sua narrativa é uma forma de integrar-se ao cotidiano, fornecendo-lhe significado e evitando que se perca raízes, lastros e identidades.

Ressalta-se também que as categorias de signos vistas em Joly (2012) foram importantes para perceber que se estava reconhecendo signos linguísticos nos depoimentos e interpretando-os em formato de signos icônicos.

Quanto à fase de avaliação dos signos percebeu-se a adequação do termo signos de memória, para aqueles 28 desenhos que fizeram rememorar lembranças e se tornaram memoráveis. E, para isso, os estudos de Damazio (2013) foram essenciais para se reconhecer que os signos tinham atributos de memorabilidade porque surpreenderam, fizeram rir, estabeleceram laços afetivos e fizeram os envolvidos queridos e importantes. Pode-se atestar isso, além das falas já citadas anteriormente, na fala emocionada do Zé Reeira, quando viu os signos impressos, para sua avaliação. *“Estou vendo aqui a minha vida. Vocês desenharam a história do Zé Reeira”*. Além do depoimento de um usuário, que relatou: *“Foi muito bom*

*participar dessa pesquisa. Eu vi aqui os dez anos do bar na minha frente. E foi muito gostoso recordar de tudo”.*

Expandindo os efeitos dos signos de memória para aqueles que viveram a história, pode-se refletir que os signos de memória do Zé Reeira também poderão incentivar a contação de “memórias inventadas”, a partir da fantasia de quem vê e os interpreta, mesmo para usuários novos do bar. E ainda assim, a contação fantasiosa, suscitada pelos signos poderão ajudar a formar e reformar a história e a identidade do lugar (Bosi, 2003, Portelli, 1996).

Por fim, foi evidente observar, durante o processo de construção e avaliação, que os chamados signos de memória contribuíram para a eficiência do sistema de signos desenvolvidos, o que permite verificar uma possível contribuição aos estudos do design da informação.

### **Agradecimento**

Ao PPGDESIGN da UFPE, em especial Isabella Aragão; ao IFRN por fomentar o projeto Criatif na Cidade Alta, em especial Roberto Leite; aos treze estudantes que participaram do projeto. E, por fim, Zé Reeira, sua filha Daiane e os clientes do bar, que tornaram possível a execução deste projeto.

### **Referências**

- ADG, Associação dos Designers Gráficos. (2012). *ABC da ADG*. São Paulo, Blucher.
- Bosi, E. (2003). *O tempo vivo da memória: ensaios de psicologia social*. São Paulo-SP: Ateliê Editorial.
- Chaves, N. (1996). *La imagen corporativa*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Costa, J. (1995). *Imagen global: evolución del Diseño de Identidad*. Barcelona: CEAC.
- Damazio, V. (2013). Design, memória, emoção: uma investigação para o projeto de produtos memoráveis. In: Dijon D. M & Dias, R. A (Eds.), *Cadernos de estudo avançados em design - Emoção*. Barbacena: EdUEM, p. 43-61.
- Delgado, L. (2003). História oral e narrativa: tempo, memória e identidades. Conferência de abertura do *VI Encontro Nacional de História Oral (ABHO)* da PUC-MG.
- Jornal Tribuna do Norte. (2015). Disponível em <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/redutos-democra-ticos/321682>.
- Joly, M. (2012). *Introdução à análise da imagem*. Campinas-SP: Papyrus editora.
- Monteiro, G. C. P.; Lima, G. C. & Vieira, T. (2017). A construção do termo “identidade visual”. *Anais do 3º Simpósio de Pós-Graduação em Design da ESDI*.
- Nora, P. (1994). Entre memória e história: a problemática dos lugares. In: *Les lieux de memoire. I La Republique. Paris, Galimard*, pp. XVIII-XLII. Tradução Yara Aun Houry. Editions Galimard, 1994. Programa de Pós-Graduados em História: PUC-São Paulo.
- Passos, R., Medalha, O & Lima-Marques, M. (2015). Uma discussão sobre o objeto do design da informação. *Anais do Congresso Internacional de Design da Informação, 7*, 1007-1018. [https://doi.org/10.5151/designpro-CIDI2015-cidi\\_152](https://doi.org/10.5151/designpro-CIDI2015-cidi_152)

- Peón, M.L. (2011). *Sistemas de Identidade Visual*. Rio de Janeiro: 2AB.
- Portelli, A. (1996). A filosofia e os fatos: narração, interpretação e significado nas memórias e nas fontes orais. In *Tempo*. Rio de Janeiro, 1(2), 59-72.
- Santaella, L.& Noth, W. (1998). *Imagem, Cognição, Semiótica, Mídia*. São Paulo: Iluminuras.
- SEMURB. (2009). *Natal, meu bairro, minha cidade*. Prefeitura de Natal.
- Sociedade Brasileira de Design da Informação (SBDI). Brasil, (2020). Disponível em <http://www.sbd.org.br/definicoes>
- Souza, E. A., Oliveira, G. A., Miranda, E. R., Coutinho, S. G., Waechter, H. N., & Filho, G. P. (2016). Alternativas epistemológicas para o design da informação: a forma enquanto conteúdo. *InfoDesign – Revista Brasileira de Design da Informação*, 13(2), p.107–118. <https://doi.org/10.4319/lo.2004.49.4.1084>
- Thiollent, M. (2011). *Metodologia da pesquisa-ação*. São Paulo: Cortez.
- \_\_\_\_\_. (1982). *Crítica metodológica, investigação social e enquete operária*. São Paulo: Polis.

#### **Sobre o(a/s) autor(a/es)**

Silvia O. A. Matos, Mestre, IFRN, Brasil <[silviamatos.design@gmail.com](mailto:silviamatos.design@gmail.com)>

Solange Galvão Coutinho, PhD, UFPE, Brasil <[solange.coutinho@ufpe.br](mailto:solange.coutinho@ufpe.br)>