

# Arte urbana como forma de propagação do design da informação.

*Urban art as a form of strength in information design.*

Carlos Eduardo da Hora, Maria Clara Pereira, Mirela Hazin & Maria Luiza Vasconcelos.

arte urbana, design da informação, preconceito, expressão, comunicação

A partir da realização de uma pesquisa exploratória, o presente artigo tem como objetivo, analisar o potencial da arte urbana e contribuir para a defesa do direito à cidade e da liberdade de expressão por meio do design da informação aplicado à arte nos centros urbanos. Partindo do exposto, a pesquisa desenvolvida, busca compreender como os aspectos do design da informação envolvem-se na valorização e promoção da arte urbana, visando a construção de um núcleo permanente de reflexão e ação sobre políticas de comunicação potencializando o uso das modernas tecnologias de difusão em processos de desenvolvimento contribuindo para a preservação das identidades culturais e nacionais, dando atenção prioritária para a ação de estimular a experimentação de novos modelos comunicacionais sintonizados com as demandas da sociedade. Esta é uma etapa inicial de uma pesquisa em andamento, dessa forma foram utilizados recursos exploratórios para um maior aprofundamento, utilizando-se da metodologia de uma pesquisa teórica, na qual foi possível mapear os vieses da cultura, levando em consideração a dimensão política, artística, e sua relação com a cidade e os sujeitos nela envolvidos, mapeando a visão social de “arte”. Sendo assim, o presente artigo apresenta modos de se fazer política na sociedade contemporânea, não por enfrentamentos diretos, mas sim, reinventando práticas de existir nas cidades.

*urban art, information design, prejudice, expression, communication*

*Based on exploratory research, this article aims to analyze the potential of urban art and contribute to the defense of the right to the city and freedom of expression through information design applied to art in urban centers. Based on the above, the conducted research seeks to understand how aspects of information design are involved in the enhancement and promotion of urban art, aiming at building a permanent core of reflection and action on communication policies, enhancing the use of modern diffusion technologies in development processes, contributing to the preservation of cultural and national identities, giving priority attention to the action of stimulating the experimentation of new communication models in tune with the demands of society. This is an initial stage of an ongoing research, thus exploratory resources were used for a further deepening, in addition to theoretical research in which it was possible to map the biases of culture, taking into account the political-artistic dimension, and its relationship with the city and the subjects involved in it, mapping the social vision of “art” Therefore, this article presents ways of engaging in politics in contemporary society, not through direct confrontations, but rather, reinventing practices of existing in cities.*

**Anais do 11º CIDI e 11º CONGIC**

Ricardo Cunha Lima, Guilherme Ranoya, Fátima Finizola, Rosângela Vieira de Souza (orgs.)

**Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI**  
Caruaru | Brasil | 2023

ISBN

**Proceedings of the 11<sup>th</sup> CIDI and 11<sup>th</sup> CONGIC**

Ricardo Cunha Lima, Guilherme Ranoya, Fátima Finizola, Rosângela Vieira de Souza (orgs.)

**Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI**  
Caruaru | Brazil | 2023

ISBN

## 1 Introdução

*“No hay historia muda. Por mucho que la quemen,  
por mucho que la rompan, por mucho que la mientan,  
la historia humana se niega a callarse la boca”*  
– Eduardo Galeano.

A arte urbana pode ser descrita como onipresente. Sendo assim, esse fenômeno transcende a mera aparência da paisagem urbana e se estende por todo o ecossistema. Embora ainda não esteja completamente consolidada como uma forma de compreender o espaço público, é inegável que o conceito de arte urbana é um preceito fundamental para políticas voltadas ao potencial que a arte representa para a cidade e sua comunicação como um todo.

Diante do exposto no parágrafo anterior, é possível definir que a arte urbana é extremamente valiosa para as cidades, especialmente aquelas que buscam expressar suas ideias e valores políticos ou sentimentais pelo meio artístico, fora o poder de trazer personalidade para a mesma. Diante do exposto é possível abordar uma segunda significação da arte urbana, a qual se relaciona com a perspectiva de exploração da arte de uma maneira distinta, a de ser usada para comunicar informações de maneira eficaz e visualmente atraentes.

Nesse contexto, por meio de gráficos, ícones e tipografia, murais e grafites podem ser desenvolvidos de forma criativa para fornecer informações sobre eventos culturais ou alertar os transeuntes sobre questões sociais importantes. Seguindo essa ideia, Eduardo Kobra (2016), aborda que o “Graffiti é uma forma de comunicação que democratiza espaços públicos”, destacando essa arte como essencial para a paisagem urbana e para os transeuntes que ali habitam, além de exemplificar o Graffiti como “uma forma de expressar-se e comunicar-se com a sociedade” (Kobra, 2016).

Figura 1: Mural de Eduardo Kobra em homenagem a Oscar Niemeyer. Fonte: KOBRA, Eduardo.



Partindo do exemplificado, a presente pesquisa busca ressaltar a importância da comunicação e da ressignificação da informação nos espaços públicos, transformando a cidade não apenas em um local de passagem, mas de informação através da evidência de elementos visuais, que antes não eram exemplificados como arte, mas, que através de constantes mudanças, atualmente, estão começando a serem abordados como elementos base para diminuir a desinformação social.

## 2 Arte urbana

Seguindo o princípio de que “as pessoas é que fazem o lugar”, a análise realizada no presente projeto é com relação a cidade enquanto matéria “sócio-espacial”, pois se “o espaço mudou, é porque a sociedade também mudou” (Auriack, 1986). Se faz necessário imaginar o local em que o urbano virá a ser cenário e, dessa forma, o foco passa a ser nas pessoas. Essas podem ser exemplificadas como, habitantes que atuam e realizam um papel constante na cena encontrada. Mas, com a naturalidade de uma sociedade, as pessoas que ali habitam interagem entre si, produzindo uma espécie de rede de relacionamentos interpessoais. Esse conceito se

consolida como chave na sociedade contemporânea, constituindo “a nova morfologia da nova sociedade e a difusão da sua lógica modifica as operações e os resultados dos processos de produção, experiência, poder e cultura” (Castells, 1996).

Desde o início da humanidade, as pessoas possuem o instinto de experimentar, marcar e registrar os locais por onde passam. Trata-se de um ato primordial e ancestral, de associar não só imagens mas também representações da realidade vivida. Sendo assim, com as comunicações de desejo e manifestações políticas individuais e sociais, esse comportamento se mantém presente na sociedade, onde as cidades se apresentam cheias de significados transpassados através desse tipo de expressão, sendo esses decifráveis ou não.

Da forma que as pessoas utilizam essa prática para manifestar o que estão sentindo, tem coerência que determinadas áreas da cidade sintam mais necessidade do que outras, sendo estas exemplificadas com as áreas periféricas. Pandolfo (2023), da dupla de artistas de Graffiti Os Gêmeos, afirma que “a nossa arte é um filtro que entende o momento para transmitir a mensagem de forma positiva e sempre alinhada com um propósito, uma visão clara do que queremos revelar.” Essa afirmação evidencia como eles utilizam a arte como meio de comunicação direta.

Figura 2: Mural pintado pela dupla OsGêmeos. Fonte: OsGêmeos (2010)



Nesse sentido, Berman (2003) assinala que “os espaços urbanos criados pelo modernismo eram fisicamente limpos e ordenados, mas social e espiritualmente mortos”. Sendo possível definir que com diversas questões sociais, não há o reconhecimento legítimo dessa expressão como forma de arte, o que muitas vezes resulta em repressão e criminalização por parte das autoridades locais. Além disso, a arte urbana ameaça o conceito de propriedade privada e o controle estatal sobre o espaço público, análises como essas ficam expostas na produção

independente "Cidade Cinza" (Mesquita, Valiengo, 2013). Neste documentário, é retratada a história de um dos principais grupos de arte urbana da cidade de São Paulo, e sua disputa por espaço.

Nesse sentido, o documentário "Cidade Cinza" acompanha a repintura de um mural que foi apagado em 2008, através da política de São Paulo de limpeza urbana. Este documentário elenca o relato moradores da cidade, abordando a importância do Grafite para os jovens, através deste é trazida a ideia de cor e representatividade, abrindo os olhos do grupo de artistas para a releitura de uma cidade inclusiva, questionando o cinza que cerca a vida dos indivíduos nas grandes metrópoles.

Já para Meli (2022), artista de arte urbana, "cada um pode, a partir de seu próprio caminho, encontrar bifurcações e pontos de intersecções. A arte precisa encontrar esse lugar mais comum, de ser mais ampla, debatida e interessante. A gente não precisa só ouvir, mas estar disposto e aberto". Essa constatação evidencia como ele utiliza a arte como não apenas um hobby, mas como uma forma de comunicação de ideias, pensamentos e o mais importante, posicionamentos.

É nesse contexto que é possível abordar a ideia de Cosgrove, geógrafo, o qual ressalta o sentido da paisagem como um "texto cultural" com muitas facetas que propicia leituras diferentes, simultâneas e igualmente válidas (COSGROVE, 2012), relacionando-se com natureza, consciência e poder. Com isso, para esse estudioso o grafite serve como uma manifestação cultural social, abordando a ideia de apropriação através da transformação de Espaços, rompendo com a ideia de normatização das paisagens, através do preceito da "Cidade Cinza" anteriormente defendido e criticado.

### 3 Design da informação

Na atualidade, vive-se um período marcado pela tecnologia, onde tudo que é visto é informação, não estando só presentes nos espaços físicos, mas também nos ciberespaços, afinal, é fato que a virtualidade está se tornando mais notória do que a própria realidade. Diante disso, é possível afirmar que a matéria física defendida por Rafael Cardoso (2022) passou a ser o fator decisivo em quase todos os domínios, podendo exemplificar que a primeira interação do usuário transforma a atenção em produto a ser vendido, e a informação em produto a ser comprado.

A Sociedade Brasileira de Design da Informação (SBDI, 2020) afirma que o objetivo do Design da Informação "é a definição, planejamento e configuração do conteúdo de uma mensagem e dos ambientes em que ela é apresentada, de acordo com as necessidades informacionais e promovendo a eficiência comunicativa". Sendo assim, o papel do Design da Informação dentro dessa complexidade é estruturar os dados em um contexto coeso, possuindo como objetivo a facilitação do entendimento das informações que estão sendo veiculadas, mas também, acompanhando o usuário durante seu desenvolvimento inicial. É

possível traduzir esse processo em: recepção da mensagem pelo usuário e como essa mensagem chega até ele; passando pela etapa de estudo e a compreensão de como, e se aquele dado será utilizado.

É importante trazer como estudo principal para o Design da Informação o ser humano. Sendo assim, a organização das informações e a clareza na forma de transmiti-las é uma maneira de facilitar a compreensão destas, tornando-se um pilar essencial inclusive da comunicação. Sendo assim, hoje em dia, o excesso de informação se torna uma problemática colossal, e é de suma importância o estudo sobre o tratamento desses dados para que seja facilitada a dissolução de qualquer evento não previsto que surja. Diante disso, torna-se possível utilizar o Design da Informação como uma solução não fabricada, mas como uma ferramenta proficiente para agilizar o processo de resolução.

Outro problema encontrado na informação é relacionado a criminalização da expressão artística por meio de grafites e artes urbanas, sendo possível observar o descaso governamental com relação à cultura, o qual pode ser exemplificado pelas manchetes observadas pelos jornais de referência, como no G1, que trouxe em 2020 uma matéria com o título “criador do personagem Gurulino denuncia violência policial no DF”. Partindo do exposto, é possível observar que nem artistas escapam da violência e do “pré-conceito” empregado pelo poder público.

Mas, uma outra perspectiva é a abordada por Carolina Ferreira Olsen (2022), a qual ressalta que:

“Assim como a rua, o grafite é daqueles que passam. O grafite está para um texto assim como o grito está para a voz. O grafite é um berro, um fenômeno poético. É uma manifestação de poesia marginal. Uma parede branca é uma tela antes do filme começar”.

Neste contexto uma nova ideia de grafite é apresentada, a ideia cultural. “Com os sonhos, com a arte [...] com as lutas de classe em nome da justiça social e o direito à cidade” (SILVA, 2020, p. 37). O grafite é abordado como uma manifestação cultural, uma forma de trazer a ideia de pertencimento para a população, e de movimentar a cidade através da mistura de cores, sentidos, e identificação social.

Por conseguinte, Pallasmaa (2018) defende que as imagens são capazes de provocar emoção através de lembranças e associações, e com isso, desencadear sentimentos e empatias nas pessoas. Consequentemente alterando a visão de espaço, anteriormente existente, trazendo uma nova percepção dos transeuntes.

#### **4 A relação entre a arte urbana e o design da informação**

É possível afirmar, seguindo os conceitos apresentados, que no contexto da arte urbana, o design da informação desempenha um papel fundamental na criação de elementos visuais e comunicacionais que enriquecem a experiência do público com as obras existentes. Sendo

assim, ele se preocupa em transmitir informações relevantes e significativas por meio de recursos gráficos.

Um dos principais objetivos do design da informação é tornar a informação mais clara, acessível e atraente. Partindo disso, é possível exemplificar que além de envolver a identificação de padrões e estruturas nos dados que possam ser apresentados de forma lógica e compreensível, ele pode trazer também a propagação de uma mensagem de forma mais clara e acessível para o seu público. Além disso, o design da informação busca estabelecer uma conexão emocional entre a informação e o público, despertando seu interesse e engajamento.

Dessa mesma forma, está a arte urbana para com a cidade, há uma dependência entre quem entrega a arte e quem a recebe, seja o receptor, o habitante, ou a própria localidade. Sendo assim, existe uma dificuldade de fazer da arte pública um bem comum, o pixe ainda é visto como vandalismo, mas é um trabalho como qualquer outro, na verdade, é um patrimônio da cidade. A pintura traz a expressão pública, ela embeleza a rua, faz o espaço ser mais seguro e consegue fazer elas expressarem o que pensam (Quitério, 2022).

É possível exemplificar que o design da informação pode ajudar a aumentar a visibilidade da arte urbana, tornando-a mais acessível e compreensível para um público mais amplo. Concordando com a afirmação anterior, Sandywell (2011), traz a perspectiva de reconhecer que a cidade é projetada e construída para ser apreciada visualmente, e que a experiência urbana é influenciada por nossa capacidade de ver e interpretar o ambiente urbano.

Nesse mesmo sentido, Irvine (2011), afirma que a arte urbana entra em conflito com os regimes legais, governamentais e estéticos estabelecidos, os quais são sistemas amplamente aceitos que buscam padronizar o mundo por meio de regras implícitas de visibilidade e reconhecimento, determinando o que pode e deve ser visto, ou não. Sendo assim, a arte urbana desafia esses sistemas estabelecidos ao questionar as normas e os padrões visuais predominantes. Ela rompe as restrições impostas sobre o que é considerado arte legítima ou aceitável nos espaços urbanos, além de conceder voz a grupos marginalizados, transmitindo mensagens políticas e sociais e estimular a reflexão crítica acerca da cidade e da cultura visual.



Figura 3: Mural feito pelo artista Nunca, na via Radial Leste-Oeste, em São Paulo, SP. (2014)



## 5 Considerações finais

A arte urbana enfrenta desafios e conflitos, uma vez que muitas vezes é vista como vandalismo e desafia os sistemas estabelecidos de normas e padrões visuais. Ao questionar as restrições impostas sobre o que é considerado arte legítima ou aceitável nos espaços urbanos, a arte urbana amplia o alcance da expressão artística e concede voz a grupos marginalizados. Ela transmite mensagens políticas e sociais, estimulando a reflexão crítica sobre a cidade e a cultura visual, fortalecendo inclusive o sentimento de pertencimento dos transeuntes. Por essa razão, o seguimento da pesquisa exploratória presente nesta dissertação foi apresentado como objeto de estudo aos próprios artistas urbanos. Nesse sentido, foi realizada a análise dessas obras e o fator comportamental do indivíduo que a produz, sendo essa uma pesquisa em andamento, possuindo como próximos passos a realização de pesquisas etnográficas para entender de fato como é a cultura, e o entendimento como de fato ocorre a repressão e a falta de reconhecimento do grafite, pixe, tipografia, como arte urbana, e como tal uma manifestação de informação social.

Em última análise, a combinação do design da informação e da arte urbana tem o potencial de transformar a paisagem, tornando-a mais vibrante, inclusiva e significativa para todos os habitantes. Falar de arte urbana e o seu relacionamento com a cidade é perceber e compreender o impacto humano que estas componentes têm numa comunidade, abordado o elencado por Olsen anteriormente “o grafite é daqueles que passam” e por Kobra (2016) quando ele afirma que o “Graffiti é uma forma de comunicação que democratiza espaços públicos”.

Nesse sentido o grafite, o pixe e a tipografia, possuem o poder de promover a clareza, acessibilidade e atratividade da informação por meio do design, e ao desafiar as convenções



estabelecidas pela arte, podemos criar um ambiente urbano enriquecedor, que estimula o diálogo, a criatividade e a consciência. Sendo assim, é possível definir que a arte urbana e o design da informação juntos têm o poder de inspirar, provocar e tornar as cidades espaços verdadeiramente humanos e expressivos, trazendo o definido como Pallasmaa (2018) poder de “desencadear sentimentos e empatias nas pessoas”.

Essa forma é importante na elaboração da consciência social, na criação de redes e na relação custo-benefício, sendo fundamental a continuidade de estudos voltados para essa área no sentido de mapear a influência da reconfiguração de espaços urbanos na visão dos transeuntes, ressaltando ainda dados que revelam o impacto dessas transformações para a informação social, construindo cidades como locais de informação para os públicos que o habitam. É possível finalizar com a ideia de Quitério (2022), que a pintura traz a expressão pública, ela embeleza a rua, faz o espaço ser mais seguro e consegue fazer elas expressarem o que pensam.

## Referências

Artista de grafite, criador do personagem Gurulino, denuncia violência policial no DF. (2020).

G1. Disponível em <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2020/09/01/artista-de-grafite-criador-do-personagem-gurulino-denuncia-violencia-policial-no-df.ghtml>

Auriack, F. (1986). *Espaces, Jeux et Enjeux*. Paris, França: Fayard & Fondation Diderot.

Berman, M. (2003). Tudo que é sólido se desmancha no ar: A aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras.

Cardoso, R. (2022). Design Para um Mundo Complexo. São Paulo: Ubu Editora.

Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Nova Jersey, Cambridge: Blackwell.

Como a arte urbana transforma as cidades. ArchDaily. Disponível em

<https://www.archdaily.com.br/br/988554/como-a-arte-urbana-transforma-as-cidades>

Eduardo Kobra e a grafiteagem na cidade de São Paulo/SP. Gale Academic School. Disponível em

<https://go.gale.com/ps/i.do?id=GALE%7CA541013094&issn=21828547&it=r&linkaccess=abs&p=AONE&sid=googleScholar&sw=w&v=2.1&userGroupName=anon%7Ef2534d5f>

Berman, M. (2003). Tudo que é sólido se desmancha no ar: A aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras.

Exposição traz trabalhos de Banksy e grandes nomes da arte urbana. Acha Brasília. Disponível em <http://www.achabrasilia.com/street-art/>

Meli. Entrevista concedida à CESAR School. A arte está no feminino. Mas quem as valoriza?, Recife, 2022. Não publicado.

Mesquita, M., Valiengo, G. (Diretores). (2013). *Cidade Cinza* [Filme].

Olsen, C. F. Palpite, o grafite é o limite: uma análise do caso de São Paulo e suas paredes pintadas de cinza. Disponível em <https://revistas.unibh.br/dcjpg/article/view/3246/pdfJJ>

Os Gêmeos: conheça um pouco sobre a carreira desta dupla de artistas. Disponível em <https://www.imoveispro.com.br/blog/2021/09/03/os-gemeos/>

Quitério, M. Museu na Palma da Mão. Entrevista concedida à CESAR School. Recife, 2022. Não publicado.

Ribeiro, R. e Duarte, C. Grafite: transformando paisagens, criando lugares e contagiando pessoas. Disponível em <https://ojs.revistacontribuciones.com/ojs/index.php/clcs/article/view/1463/977>

Sandywell, B., & Heywood, I., Irvine, I. (2012). *The Handbook of Visual Culture*. Londres, Reino Unido.

Shishito, A. A Nova Geografia Cultural de Cosgrove e o grafite como proposta de entendimento da paisagem. Disponível em <http://vampira.ourinhos.unesp.br/openjournalsystem/index.php/geografiaepesquisa/article/view/290>

Sociedade Brasileira de Design da Informação: Definições. Disponível em <https://sbdí.org.br/definicoes/>

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

Carlos Eduardo da Hora, Graduando, CESAR School, Brasil <ceha@cesar.school>

Maria Clara Pereira, Graduanda, CESAR School, Brasil <mcp@cesar.school>

Mirela Hazin, Graduanda, CESAR School, Brasil <mhas@cesar.school>

Maria Luiza Vasconcelos, Graduanda, CESAR School, Brasil <mlvsb@cesar.school>