

PROJETO DE INVESTIGAÇÃO DE MESTRADO EM DESIGN GRÁFICO

GRAFISMOS SUBVERSIVOS

O DESIGN GRÁFICO E A PIXAÇÃO NA CONSTRUÇÃO DE HETEROTOPIAS URBANAS

ORIENTADOR_FERNANDO OLIVEIRA
DISCENTE_BEATRIZ AIRES FERREIRA

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer ao meu orientador, cuja dedicação, orientação e constante disponibilidade foram determinantes para a concretização desta investigação, por se ter interessado e envolvido no tema e me ter dado força para avançar.

Aos meus pais e irmãos e à minha família, um agradecimento especial pelo apoio incondicional, pela paciência e pela compreensão ao longo de todo este percurso. O encorajamento constante, a confiança depositada e a força transmitida foram elementos fundamentais para que fosse possível superar os desafios inerentes à realização deste projeto de investigação. Aos meus amigos mais próximos e àqueles que são artistas, um obrigada por acreditarem em mim quando eu duvidei, por me inspirarem e por me incentivarem a criar mais e melhor - à Rafa, à Cami, ao Rafael Amadeu, ao Picastro.

Não poderia deixar de agradecer a todos os que participaram e colaboraram diretamente neste projeto, disponibilizando o seu tempo, saber e experiência. A cada entrevistado e a todos aqueles que, de diferentes formas, contribuíram para a construção desta investigação, deixo o meu sincero reconhecimento. Sem o vosso envolvimento, este trabalho não teria alcançado a mesma profundidade e riqueza.

Por fim, agradeço a todos os que, de forma direta ou indireta, estiveram presentes neste processo, motivando-me e apoiando-me a alcançar esta meta académica, destacando a Andreia da OD, que me acalmou mesmo quando eu não sabia que precisava, que me dizia ser possível e fazia acontecer quando já não se via luz ao fundo do túnel.

RESUMO

A paisagem urbana contemporânea é um espaço de constante transformação e interação visual e cultural, moldado tanto pelo design gráfico institucionalizado como por práticas contestatárias como a pixação, entre outras. Os dois meios emergem como formas de expressão opostas e simultaneamente, complementares na criação de significados e na configuração da paisagem urbana da cidade e parecem ter correlações visuais nos signos responsáveis pela passagem da mensagem escrita.

Motivada pela relevância dessas práticas na construção de espaços que coexistem, mas operam sob lógicas distintas (Foucault, 1984), esta investigação propõe-se a explorar a interação entre o design gráfico e a pixação como contribuições para a configuração do espaço e para uma interpretação alternativa e contestatória do ambiente urbano, bem como das relações formais de expressão visual entre ambas.

De forma a compreender a interação entre o design gráfico e a pixação na paisagem urbana, este estudo adota uma abordagem metodológica qualitativa e o projeto, uma abordagem exploratória, apoiada pela análise literária, casos de estudo, análise iconográfica e entrevistas com designers e pixadores.

Como parte do projeto, desenvolveram-se materiais gráficos para uma exposição no espaço urbano, com uma estética subversiva, que incluem o uso de tecnologias, adicionando camadas de significação e criando uma experiência imersiva para o observador. Esta combinação de técnicas visa materializar o conceito de heterotopias ao propor novas formas de interação e reflexão crítica, destacando a capacidade do design gráfico criar novas interações e leituras visuais e promover a autenticidade e a diversidade no ambiente urbano.

PALAVRAS-CHAVE

Design gráfico, pixação, resistência visual, paisagem urbana, heterotopias

ABSTRACT

The contemporary urban landscape is a space of constant transformation and visual and cultural interaction, shaped both by institutionalized graphic design and by contestatory practices such as pixação, among others. The two media emerge as opposing and simultaneously complementary forms of expression in the creation of meanings and the configuration of the city's urban landscape, and seem to have visual correlations in the signs responsible for conveying the written message.

Motivated by the relevance of these practices in the construction of spaces that coexist but operate under different logics (Foucault, 1984), this research aims to explore the interaction between graphic design and pixação as contributions to the configuration of space and to an alternative and contestatory interpretation of the urban environment, as well as the formal relationships of visual expression between the two.

In order to understand the interaction between graphic design and graffiti in the urban landscape, this study adopts a qualitative methodological approach and the project takes an exploratory approach, supported by literary analysis, case studies, iconographic analysis, and interviews with designers and graffiti artists.

As part of the project, graphic materials were developed for an exhibition in urban space, with a subversive aesthetic, which includes the use of technologies, adding layers of meaning and creating an immersive experience for the observer. This combination of techniques aims to materialize the concept of heterotopias by proposing new forms of interaction and critical reflection, highlighting the ability of graphic design to create new interactions and visual readings and promote authenticity and diversity in the urban environment.

KEYWORDS

Graphic design, pixação, visual resistance, urban landscape, heterotopias

AGRADECIMENTOS	05
RESUMO	07
ABSTRACT	09

1 INTRODUÇÃO _____ 12

- 1.1 ENQUADRAMENTO E RELEVÂNCIA
- 1.2 MOTIVAÇÃO
- 1.3 OBJETIVOS
- 1.4 PROBLEMÁTICA E QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO
- 1.5 METODOLOGIA E MÉTODOS
- 1.6 ESTRUTURA DO DOCUMENTO

2 ENQUADRAMENTO TEÓRICO _____ 17

- 2.1 A PAISAGEM URBANA COMO ESPAÇO DE SIGNIFICAÇÃO
 - 2.1.1. A Influência do Design Gráfico na Construção da Identidade Urbana
 - 2.1.2. A Reconfiguração da Paisagem Urbana Através do Design Gráfico
 - 2.1.3 A Função Subversiva do Design Gráfico no Espaço Urbano
- 2.2 O MEIO É A MENSAGEM
 - 2.2.1 Elementos do design gráfico
 - 2.2.2 O Design Gráfico como Ferramenta de Controlo Social
 - 2.2.3 A Perspetiva do Design Gráfico Como Ferramenta de Inclusão e Subversão
- 2.3 A PAREDE COMO SUPORTE VISUAL E COMO EXTENSÃO DA PÁGINA
- 2.4 A HISTÓRIA DO CARTAZ COMO FERRAMENTA DE CONTESTAÇÃO
- 2.5. A PIXAÇÃO COMO NARRATIVA INSURGENTE
 - 2.5.1 O Estilo e a Linguagem Gráfica da Pixação
 - 2.5.2 A Pixação Como Prática de Contestação
 - 2.5.3 O Cartaz e a Pixação
- 2.6 HETEROTOPIAS VISUAIS: ESPAÇOS DE RESISTÊNCIA E SUBVERSÃO
 - 2.6.1 O Conceito de Heterotopia em Michel Foucault
 - 2.6.2 A Heterotopia no Design Gráfico e na Pixação
 - 2.6.3 O Papel dos Media na Divulgação e Amplificação das Heterotopias Urbanas
 - 2.6.4 A Criação de Heterotopias Através de Realidade Aumentada
- 2.7 LINGUAGENS NÃO OFICIAIS: DESIGN GRÁFICO E PIXAÇÃO
 - 2.7.1 O impacto das linguagens não oficiais na cidade

3 ENTREVISTAS _____ 52

- 3.1 DESIGNERS, STREET ARTISTS E PIXADORES
 - 3.1.1 Diogo Villas Boas Potes_Designer Gráfico
 - 3.1.2 Rui Marques_Designer Gráfico
 - 3.1.3 Raphael Brunet_Street artist

4	CASOS DE ESTUDO _____	58
	4.1 ADBUSTERS	
	4.2 RAPHAEL BRUNET	
	4.3 MAISMENOS	
5	DISCUSSÃO E RESULTADOS _____	71
	5.1 COMPARAÇÃO ENTRE DADOS E TEORIAS	
	5.2 IMPACTO DAS PRÁTICAS NO ESPAÇO URBANO	
	5.3 IDENTIDADE VISUAL E NARRATIVAS CONTESTATÓRIAS	
	5.4 COEXISTÊNCIA DE PRÁTICAS VISUAIS SUBVERSIVAS	
6	PROJETO _____	75
	6.1 CONCEITO	
	6.2 ESTRUTURA E ELEMENTOS	
	6.3 PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO	
	6.4 IMPLEMENTAÇÃO	
	6.5 RESULTADOS ESPERADOS E IMPACTO	
	6.6 POTENCIAL EDUCATIVO	
7	CONCLUSÃO _____	86
	7.1 RESULTADOS DA INVESTIGAÇÃO	
	7.2 LIMITAÇÕES DO ESTUDO	
	7.3 RECOMENDAÇÕES E DIREÇÕES PARA FUTURAS INVESTIGAÇÕES	
9	ANEXOS _____	89
10	BIBLIOGRAFIA _____	113

INTRODUÇÃO

1.1 ENQUADRAMENTO E RELEVÂNCIA

Na sociedade contemporânea, a cidade não é apenas um espaço físico, mas também um palco de interações culturais e manifestações visuais que refletem as dinâmicas sociais e individuais e influenciam diretamente o nosso dia a dia (Harari, 2015). A paisagem urbana apresenta-se como um campo de sobreposição entre práticas visuais aceitas e não aceitas, onde o design gráfico e a pixação desempenham papéis fundamentais na formação de uma estética de resistência e significação do espaço (Lippard, 1997).

O design gráfico subversivo, com uma estética marcada pela simplicidade crua e pela quebra de convenções visuais, emerge como uma forma de comunicação institucionalmente aceita, que explora os limites do disruptivo sem romper completamente com as normas sociais (Poynor, 2003). Em contraste, a pixação é uma prática de origem marginal, muitas vezes associada à resistência direta e à contestação das normas urbanas, inscrita nas superfícies da cidade como uma manifestação visual de insatisfação e expressão identitária, sendo o meio onde se insere essencial para a transmissão da mensagem (McLuhan, 1964). Estas práticas rompem com a lógica visual do consumo e da alienação do cotidiano, e criam fissuras no espetáculo do dia a dia, devolvendo ao público o poder de significar o espaço urbano (Debord, 1967).

No contexto da semiótica visual, Crow (2022) argumenta que a comunicação visual não se limita aos sistemas oficiais e institucionalizados, incluindo também práticas marginais, que funcionam como linguagens não oficiais. Segundo o mesmo autor (2022), estas linguagens visuais alternativas desenvolvem códigos próprios, frequentemente apropriando e transformando signos existentes para comunicar mensagens específicas dentro de determinados grupos ou subculturas. Tanto o design gráfico subversivo como a pixação parecem enquadrar-se neste espectro pois, são práticas visuais que desafiam e reconfiguram os códigos dominantes, promovendo a diversidade e a contestação no espaço urbano.

Este projeto de investigação surge da necessidade de entender de que forma essas duas práticas, distintas na sua aceitação social e na sua forma de expressão, contribuem para a construção de novos significados no espaço urbano e para a paisagem da própria cidade (Michel Foucault, 1984).

Ao longo do tempo, têm sido desenvolvidas diversas ideologias e abordagens que vão de acordo com a investigação a desenvolver, fornecendo uma base teórica para compreender como o espaço urbano é reconfigurado por essas intervenções. O suporte físico da comunicação influencia o significado transmitido, tal como McLuhan (1964) defende. No contexto do design gráfico e da pixação, a materialidade bruta das paredes marcadas por tinta não carrega apenas as mensagens, mas torna-se parte delas, adicionando uma conotação pejorativa à prática. A pixação transforma superfícies urbanas em manifestações visuais de insatisfação, enquanto o design gráfico, ainda que subversivo, utiliza composições fragmentadas para criar um impacto visual crítico, ampliando o significado por meio da forma.

Estudos como os de Miranda (2024) exploram como o design gráfico urbano cria interações visuais que rompem com a paisagem convencional da cidade. Essa análise destaca que o meio material, como cartazes ou grafismos aplicados ao espaço público são fundamentais. Crow (2016) destaca a importância do contexto na criação de significados visuais. No espaço urbano, tanto a pixação como o design gráfico rompem com a semiótica convencional, introduzindo signos visuais que desafiam as normas estéticas e sociais. Essas intervenções criam novas formas de leitura do ambiente urbano, confrontando o espectador com narrativas visuais críticas.

Como resultado dessas práticas, o conceito de heterotopias de Foucault (1984) descreve “lugares outros”, onde as normas e convenções são desafiadas. Tanto a pixação como o design gráfico criam espaços alternativos na paisagem urbana, operando como heterotopias visuais que

reconfiguram a cidade, transformando-a em campos de resistência e expressão identitária. Artistas e exposições têm aplicado este conceito para apresentar práticas de resistência no espaço público, como é o caso de “O Maior Museu do Mundo é a Rua” (2024).

Lippard (1997) defende que o espaço público é composto por camadas de memória coletiva e experiências locais. A pixação e o design gráfico funcionam como intervenções visuais que resgatam e reinterpretam essas camadas, criando novos significados no ambiente urbano. No entanto, estas práticas também introduzem “ruído” na paisagem da cidade, desafiando a estética homogênea e previsível dos espaços urbanos e oferecendo narrativas alternativas que devolvem o poder simbólico às comunidades locais. Este ruído visual pode ser entendido como uma forma de resistência e participação democrática, tornando o espaço público mais dinâmico e aberto à diversidade de experiências (Lippard, 1997). Esta ideologia é aprofundada por Wainer & Oliveira (2010), que documentam como a pixação em São Paulo funciona como uma forma de resistência e pertença que desafia as normas estéticas e políticas.

Harari (2015) ressalta que narrativas distintas, compartilhadas entre si, moldam as identidades sociais. Tanto a pixação como o design gráfico operam como narrativas visuais que contestam os discursos dominantes da cidade, criando novas formas de interagir. Essas práticas reconstróem a relação entre os indivíduos e o espaço, transformando a cidade num lugar de disputa simbólica.

Debord (1967) critica a forma como a sociedade moderna é dominada por imagens que perpetuam o consumo e alienam o indivíduo da experiência direta. As práticas como a pixação e o design gráfico rompem com essa lógica ao introduzir imagens que desafiam e questionam os significados dominantes e acrescentam significado à cultura visual contemporânea.

Adbusters, um coletivo de design, exemplifica essas rupturas ao criar campanhas visuais que desafiam a cultura de consumo (Adbusters Media Foundation, 2025). Esses trabalhos conectam-se ao pensamento de Debord, ao demonstrar como o design gráfico pode funcionar como uma crítica direta à sociedade de massas, desafiando normas visuais e promovendo leituras alternativas.

Poynor (2003) explora como o design gráfico pós-moderno adota a fragmentação, a apropriação e a rejeição dos princípios universais nos seus objetos gráficos. Atualmente, o design gráfico mantém essa vertente que subverte as expectativas estéticas ao criar mensagens visuais que priorizam o impacto sobre a harmonia e essa abordagem conecta-se diretamente à pixação, que, de forma mais crua e espontânea, também rejeita as convenções visuais a favor de uma expressão direta e provocativa.

1.2 MOTIVAÇÃO

A escolha deste tema foi impulsionada pelo gosto e pela vontade de aprofundar o estudo das interseções entre o design gráfico e as práticas visuais de resistência no ambiente urbano. Durante o percurso do Mestrado em Design Gráfico e o desenvolvimento de algumas propostas, a percepção da cidade como uma tela de narrativas visuais sobrepostas e em constante contestação (McLuhan, 1964) instigou o desejo de explorar como o design e a pixação podem criar novos significados e contribuir para a identidade visual urbana. Ao observar o contraste entre a aceitação institucional do design gráfico e a marginalização da pixação, percebe-se que essas práticas refletem não só questões estéticas, mas também dinâmicas de poder, pertença e exclusão no espaço urbano (Crow, 2016) e que a relação entre práticas visuais e o espaço público é central para compreender como identidades e memórias locais são construídas (Lucy Lippard, 1997).

Este estudo pretende, assim, contribuir para o campo do design e das artes visuais, analisando como essas práticas questionam o *status quo* e promovem uma leitura crítica das dinâmicas urbanas e culturais contemporâneas. Explorar o design gráfico e a pixação enquanto agentes de resistência visual e criadores de identidades no espaço urbano é uma oportunidade para avançar a compreensão das práticas de estética subversiva e das suas implicações para a diversidade estética e cultural das cidades e para a compreensão da sociedade contemporânea (Harari, 2015).

1.3 OBJETIVOS

Esta investigação tem como objetivo analisar as relações entre o design gráfico e a pixação, bem como produzir um objeto gráfico que transporte os conhecimentos adquiridos para o âmbito académico e para o público em geral. Partindo desse objetivo geral, procuram-se atingir objetivos em específico, tais como:

EXPLORAR A INTERAÇÃO ENTRE O DESIGN GRÁFICO E A PIXAÇÃO

Pretende-se identificar e analisar os elementos gráficos partilhados ou contrastantes entre ambas as práticas, tais como tipografia, composição, cor, textura e suporte. Esta abordagem permitirá compreender de que forma estas linguagens visuais dialogam e como é que se influenciam ou se opõem no contexto urbano;

COMPREENDER O PAPEL DO DESIGN GRÁFICO E DA PIXAÇÃO NA CRIAÇÃO DE HETEROTOPIAS URBANAS

Procura-se investigar de que forma estas práticas contribuem para a criação de “lugares outros” (Michel Foucault, 1984), espaços de resistência e de expressão alternativa que desafiam as normas visuais e sociais estabelecidas na cidade;

ANALISAR DE QUE FORMA AS DUAS PRÁTICAS CONFIGURAM A PAISAGEM URBANA E FORMAM A SUA IDENTIDADE

Este objetivo visa perceber de que forma as intervenções gráficas transformam o espaço público, tornando-o num campo de resistência, diversidade e contestação através da apropriação visual do ambiente urbano;

CONTRIBUIR PARA A DISCUSSÃO SOBRE A IMPORTÂNCIA DA COEXISTÊNCIA ENTRE PRÁTICAS VISUAIS SUBVERSIVAS E INSTITUCIONALIZADAS NO ESPAÇO URBANO

O objetivo final é refletir sobre o papel da diversidade visual na cidade, defendendo que a coexistência entre práticas marginais e aceites institucionalmente enriquece o tecido cultural urbano e promove a pluralidade de discursos visuais (Harari, 2015).

1.4 PROBLEMÁTICA E QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO

A problemática central desta investigação reside na associação do design gráfico e da pixação para a criação de heterotopias e para a contribuição na paisagem urbana. Enquanto o design gráfico disruptivo é absorvido pelo sistema institucional e aceite como uma prática visual inovadora e subversiva, a pixação permanece uma prática marginalizada, interpretada como uma forma de resistência visual que desafia diretamente as normas estéticas, sociais e legais da cidade. Essa dualidade entre aceitação e resistência revela uma tensão nas práticas de expressão visual da cidade, que aponta para questões mais amplas sobre poder e identidade.

Essas tensões refletem o desequilíbrio entre as narrativas espetaculares dominantes e as vozes que resistem à uniformização (Debord, 1967) uma vez que intervenções visuais como a pixação criam uma forma de “reapropriação simbólica”, oferecendo às comunidades locais a possibilidade de redefinir as suas histórias e identidades através da paisagem urbana (Foucault, 1984).

No ambiente urbano contemporâneo, o design gráfico e a pixação contribuem para um diálogo visual que questiona as normas dominantes e promove uma nova leitura estética da cidade (Debord, 1967).

A problemática central desta investigação consiste em compreender de que forma práticas visuais como o design gráfico e a pixação contribuem para a configuração da paisagem urbana, bem como para a criação de heterotopias e espaços de resistência que desafiam o status quo e permitem a expressão de vozes alternativas (Foucault, 1984).

A partir desta problemática, define-se a seguinte questão de investigação principal: De que forma o design gráfico e a pixação, enquanto práticas visuais, intervêm na paisagem urbana e contribuem para a criação de heterotopias e espaços de resistência?

Para aprofundar a análise desta questão central, estabelecem-se as seguintes subperguntas de investigação:

1. Quais são os elementos visuais característicos do design gráfico e da pixação no contexto urbano?
2. Como é que estas práticas dialogam ou se opõem na configuração da identidade e estética urbana?
3. Qual é o papel do design gráfico enquanto forma de expressão institucionalizada e amplamente aceite?
4. Existem casos de estudo relevantes que ilustrem a relação entre design gráfico e pixação na transformação do espaço urbano?

1.5 METODOLOGIA E MÉTODOS

Para responder aos objetivos propostos e aprofundar a compreensão da interação entre o design gráfico e a pixação na paisagem urbana, este estudo adota uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório. Esta metodologia é escolhida por permitir uma análise aprofundada e contextualizada das práticas visuais no ambiente urbano, enfatizando o significado simbólico e o impacto social dessas manifestações (Stebbins, 2001 / Kumar, 2011).

A estratégia metodológica inicia-se com a revisão de literatura, conduzida segundo as orientações metodológicas de Kumar (2011) e baseada em autores e obras fundamentais para a compreensão dos conceitos centrais abordados. Michel Foucault (1984) apresenta o conceito de heterotopias como espaços que transcendem normas sociais, criando narrativas alternativas e novos territórios de significação, nos quais múltiplas camadas de sentido e relações se sobrepõem, possibilitando a coexistência de lógicas distintas e a contestação das estruturas hegemónicas vigentes. Marshall McLuhan (1964) introduz a ideia de que “o meio é a mensagem”, sublinhando a importância dos suportes materiais na construção e transmissão das mensagens e na forma como estes influenciam as interpretações e os impactos das comunicações visuais. Lucy Lippard (1997) explora a relação intrínseca entre espaço, memória e identidade, destacando o papel das intervenções visuais na reconfiguração do ambiente urbano e na construção de sentidos coletivos. Guy Debord (1967) analisa e critica a alienação visual da sociedade contemporânea, defendendo a relevância de práticas que rompam com a lógica do consumo visual e que promovam a autonomia e a reflexão crítica dos sujeitos. David Crow (2016) examina a forma como os signos visuais constroem significado, elucidando os processos de significação e comunicação no espaço público. Rick Poynor (2003) investiga como o design gráfico pós-moderno desafia as convenções visuais e estéticas, propondo novas formas de expressão e questionamento das normas estabelecidas. Por fim, Yuval Noah Harari (2015) aborda a construção de narrativas partilhadas, argumentando que estas moldam identidades sociais e culturais, conectando pessoas e espaços através de histórias e símbolos comuns.

No seguimento da fundamentação teórica, são utilizados casos de estudo (Adbusters, 2025; Brunet, 2025; MAISMENOS, 2025) de coletivos e designers urbanos que utilizam o design

gráfico disruptivo e a pixação como formas de intervenção visual permitirá uma análise detalhada da aplicação prática dessas manifestações de resistência. Casos específicos, como os Adbusters (2025), as obras de Raphael Brunet (2025) (anexo 2) e o projeto MAISMENOS (2025) (anexo3) serão investigados para entender como é que essas práticas são aplicadas, percebidas e aceites, destacando a sua capacidade de estimular a reflexão crítica sobre o espaço urbano (Marczyk et al., 2005; Yin, 1994; Kumar, 2011).

A pesquisa inclui a documentação visual de intervenções urbanas, tanto de design gráfico subversivo como de pixação, através de registos fotográficos. Essa análise fotográfica permitirá uma comparação direta das práticas, destacando as suas características estéticas, mensagens e o impacto que exercem no contexto urbano. Por meio dessa metodologia, espera-se captar como é que esses elementos visuais coexistem e se complementam no ambiente urbano (Rose, 2016; Muratovski, 2021).

Para obter uma percepção interna sobre as práticas de resistência visual, serão realizadas entrevistas qualitativas exploratórias com designers e praticantes de pixação. As entrevistas serão estruturadas, uma vez que se pretende recolher informação padronizada e analisar de forma sistemática as diferenças e semelhanças entre as experiências dos profissionais do design e dos praticantes de pixação. (Mason, 2002; Muratovski, 2021). A estrutura das entrevistas contribui para tornar os resultados mais comparáveis, ao mesmo tempo que mantém o foco nos aspetos mais relevantes para o estudo, facilitando uma análise clara das tendências e padrões que caracterizam o universo da resistência visual urbana.

De forma a alcançar uma análise mais abrangente e a fortalecer as conclusões, serão cruzadas diferentes abordagens e perspetivas metodológicas. Através da triangulação de dados serão combinadas e relacionadas as informações obtidas através das diversas fontes e métodos da investigação. Esta abordagem permite verificar a consistência dos resultados, identificar padrões e garantir que as interpretações sejam fundamentadas em múltiplas fontes (Olsen, 2004; Onwuegbuzie & Leech, 2005; Mason, 2002).

O projeto final desta investigação corresponde à etapa de concretização prática dos conceitos teóricos desenvolvidos ao longo do trabalho, materializando o conhecimento adquirido com a investigação numa proposta que alia o design gráfico subversivo à tecnologia de realidade aumentada. Este projeto incide na criação de uma intervenção visual no espaço urbano, cujo principal objetivo é transformar áreas específicas da paisagem da cidade em heterotopias visuais—espaços de experimentação simbólica e de questionamento das convenções estéticas dominantes, promovendo novas camadas de significação e interação crítica com os observadores. Em termos metodológicos e académicos, esta proposta constitui a implementação dos inputs recolhidos, funcionando como resposta concreta e pragmática aos desafios e objetivos delineados para o trabalho final deste mestrado. Ao unir a investigação, a análise e produção prática, pretende-se que esta intervenção não só reflita o percurso desenvolvido, mas também contribua para novas possibilidades de leitura, participação e apropriação do espaço urbano, reforçando o papel do design gráfico enquanto agente de transformação social e cultural.

1.6 ESTRUTURA DO DOCUMENTO

Este projeto de investigação está organizado em sete capítulos, cada um aborda aspetos essenciais para a compreensão da relação entre o design gráfico, a pixação e a criação de heterotopias urbanas. A estrutura é delineada de forma a obter uma progressão lógica e coerente dos temas investigados, desde o enquadramento teórico e a contextualização, até à análise dos resultados e às conclusões.

O primeiro capítulo apresenta um enquadramento detalhado da investigação, aborda o contexto, a relevância e a clarificação do tema. São também definidos os objetivos, a problemática e as questões de investigação, além de descrever a abordagem metodológica e a justificação da escolha do método qualitativo.

No segundo capítulo é feita uma revisão de leitura que aborda as teorias e os conceitos fundamentais para o desenvolvimento da pesquisa. São discutidos os autores principais e estudos sobre resistência visual e estética urbana, fundamentando a análise sobre a dualidade entre aceitação institucional e marginalidade e as ideologias investigadas. Examina-se também a aplicação do design gráfico e da pixação no ambiente urbano e explora-se como essas práticas dialogam entre si e se complementam na construção de novos significados estéticos e culturais no espaço urbano.

No terceiro capítulo abordam-se as entrevistas e no quarto, os casos de estudo. Cada método é explicado destacando a sua relevância e contributo para a interpretação dos dados.

No quinto capítulo são apresentados e discutidos os dados obtidos através dos estudos de caso, das observações visuais e das entrevistas bem como os principais resultados da pesquisa. A discussão é focada na comparação entre os dados e as teorias, abordando o impacto das práticas estudadas na criação de heterotopias, identidade visual urbana e nos significados contestatórios.

O sexto capítulo aborda o projeto realizado no Adobe Aero (anexo 12) e o sétimo sintetiza os principais resultados da investigação, discutindo as limitações e os contributos para o campo do design gráfico e para a compreensão da identidade visual urbana. São também sugeridos caminhos para expandir a compreensão das práticas visuais urbanas e seu impacto na sociedade contemporânea.

ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1 A PAISAGEM URBANA COMO ESPAÇO DE SIGNIFICAÇÃO

Lefebvre (1991) enfatiza que o espaço urbano não é apenas um território físico, mas sim um campo de disputa simbólica e política, onde diferentes agentes sociais deixam as suas marcas e reivindicações.

Neste contexto, a paisagem urbana contemporânea pode ser entendida como um palimpsesto¹ visual dinâmico, no qual múltiplas camadas de intervenção gráfica se sobrepõem, dialogam e entram em conflito ao longo do tempo (Lippard, 1997). Esta sobreposição contínua não é apenas resultado da passagem do tempo, mas também resultado das disputas simbólicas e das transformações sociais, culturais e políticas que marcam a vida urbana (Lefebvre, 1991).

O design gráfico e a pixação², apesar de terem origens, funções e estatutos distintos, são agentes fundamentais no processo de influenciar a percepção, a apropriação e a construção de significado no espaço urbano, eles desafiam essa narrativa, apropriando-se das superfícies urbanas para deixar mensagens de contestação, identidade e pertença (Lefebvre, 1991). A pixação, ao reivindicar edifícios e infraestruturas como suportes para uma linguagem visual críptica e agressiva, desafia a ordem institucional e questiona os critérios de legitimidade e valor atribuídos às diferentes formas de expressão gráfica (Chastanet & Heller, 2007). O design gráfico desconstrutivo,

¹ Manuscrito em pergaminho que era apagado pelos copistas na Idade Média, para nele se escrever de novo “palimpsesto”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2025

² Rabisco, geralmente de teor político, em fachadas de edifícios, muros ou outras superfícies “pichação”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2025

ao desconstruir paradigmas de legibilidade e harmonia (Poynor, 2003), aproxima-se da estética da pixação, mas a partir de uma posição de aceitação institucional. Um palimpsesto visual, neste contexto, é mais do que uma metáfora: é um processo ativo pelo qual imagens, textos e marcas visuais são continuamente inscritos, apagados e reinscritos, criando uma paisagem urbana densa, aberta à interpretação e à disputa de sentidos (Crow, 2016).

A cidade contemporânea não é apenas um conjunto de infraestruturas físicas, mas um espaço de produção de sentidos, onde signos, símbolos e mensagens visuais competem pela atenção e pelo poder de moldar identidades coletivas (Lefebvre, 1991). Segundo o mesmo autor (1991), o espaço urbano é um produto social e cultural, construído e continuamente resignificado pelas relações de poder, dinâmicas económicas e práticas artísticas. O design gráfico institucional tende a ocupar este espaço de forma ordenada, planeada e funcional, reforçando normas, valores e identidades dominantes através de elementos como sinalética, publicidade, *branding* urbano e comunicação visual oficial (Müller-Brockmann, 1981).

No entanto, a paisagem urbana é também palco para práticas dissidentes, tais como a pixação, que emerge como um ato disruptivo, espontâneo e frequentemente ilegal, que reivindica o direito à cidade e à expressão de vozes alternativas (Wainer & Oliveira, 2010). Enquanto o design gráfico institucional procura clareza, legibilidade e harmonia, a pixação aposta na crueza, na repetição e no anonimato, operando à margem dos códigos estabelecidos e propondo uma estética própria, que muitas vezes se opõe frontalmente aos valores do design tradicional (Chastenet, 2021). A pixação, tendo como meio as superfícies urbanas, desafia as fronteiras do aceitável e do legítimo, criando um sistema de significação paralelo ao oficial, frequentemente incompreendido e rejeitado pelas instituições, mas reconhecido e valorizado por determinados grupos sociais (Chastenet & Heller, 2007).

Esta dualidade cria uma tensão entre o que é reconhecido como arte legítima e o que é classificado como vandalismo, evidenciando as fronteiras porosas entre o institucional e o marginal no campo do design urbano. A cidade, enquanto palimpsesto gráfico, torna-se assim um espaço de negociação constante, onde diferentes camadas de sentido são continuamente inscritas, apagadas e reinscritas, refletindo as lutas e alianças que moldam o tecido urbano (Lefebvre, 1991). Exemplos como os murais de arte pública, que dialogam com o *graffiti* e a pixação, ou os projetos de revitalização de bairros através do design gráfico, ilustram como estas camadas podem tanto entrar em conflito como gerar novas sínteses visuais e identitárias (Silva et al., 2018).

Assim, tanto o design gráfico como a pixação, participam ativamente na disputa simbólica pelo espaço urbano, contribuindo para a pluralidade e complexidade do ambiente visual da cidade. Esta disputa não se limita a um âmbito superficial, reflete e produz dinâmicas de inclusão, exclusão, resistência e negociação identitária, tornando a cidade num espaço de constante reinvenção simbólica. O espaço urbano é então, simultaneamente palco e agente dessas transformações, funcionando como território de negociação entre discursos hegemónicos³ e alternativas visuais emergentes (Lippard, 1997).

2.1.1. A INFLUÊNCIA DO DESIGN GRÁFICO NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE URBANA

O design gráfico desempenha um papel fundamental no espólio cultural⁴ das cidades, não apenas pela criação de símbolos, logotipos e identidades visuais, mas também pela sua capacidade de refletir, transformar e problematizar as dinâmicas sociais, políticas e culturais do seu tempo

³ Domínio de um território ou de um povo sobre outro.

Situação superior de algo ou alguém em relação a outros da mesma espécie ou na mesma organização. “hegemonia”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2025

⁴ Conjunto de bens deixados por alguém que morre.

“espólio”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2025

(Rawsthorn, 2018). A produção gráfica urbana constitui-se como um arquivo vivo, que documenta e reinterpreta valores, conflitos e narrativas que atravessam a cidade, participando ativamente na construção da memória coletiva e na transmissão de identidades (Lippard, 1997). Designers como Tibor Kalman⁵ evidenciam o potencial do design como ferramenta de desconstrução e inclusão, ampliando o repertório visual urbano e tornando-o mais representativo da diversidade cultural (Bernstein, 1999). Assim, a cidade transforma-se num espaço de memória gráfica, onde o design e a arte urbana funcionam como veículos de crítica social e expressão identitária. Intervenções como cartazes, murais, sinaléticas e pixação oferecem leituras alternativas da história e da cultura local, permitindo que diferentes grupos expressem as suas identidades e valores (Lippard, 1997).

A identidade urbana é construída tanto pela materialidade arquitetónica quanto pelas imagens e signos visuais que dominam o espaço público. O design gráfico urbano exerce um papel central na formação dessa identidade, ao criar e difundir símbolos, tipografias, cores e formas que são apropriados pela comunidade e reconhecidos como parte do coletivo (Lippard, 1997). McLuhan (1964) destaca que os meios de comunicação são extensões do ser humano; neste sentido, o design gráfico pode ser visto como uma extensão da identidade coletiva da cidade, moldando o seu imaginário e a sua representação pública. Através do design gráfico, a cidade comunica as suas características culturais, políticas e sociais, seja por meio de logotipos, campanhas institucionais, sinalização ou arte urbana (Rawsthorn, 2018). A escolha de elementos visuais — como fontes, cores e ícones — reflete opções políticas e ideológicas, revelando valores e tensões presentes na sociedade urbana e nos espaços que a compõem. Assim, o design gráfico não só representa, mas também constrói a identidade visual da cidade, influenciando a forma como habitantes e visitantes se relacionam com o espaço urbano (Heller & Ilic, 2012).

Projetos de *branding* urbano, frequentemente promovidos por governos e instituições privadas, utilizam o design gráfico para criar imagens de cidades inovadoras, sustentáveis ou cosmopolitas (Pater, 2021). Ao mesmo tempo, a diversidade visual resultante da presença de diferentes estilos de design em bairros multiculturais ou marcados por subculturas urbanas reforça o papel do design gráfico como veículo de inclusão e fortalecimento da identidade cultural de grupos minoritários (Pater, 2021). A construção da identidade visual urbana é também uma estratégia de disseminação onde a cidade promove os seus valores e narrativas para criar um sentido de pertença e coesão social. Cidades como São Paulo exemplificam essa diversidade visual, onde o design gráfico institucional convive com intervenções de arte de rua, num processo contínuo de negociação e redefinição da identidade urbana (Pater, 2021). Essa coexistência de linguagens visuais, por vezes em tensão, é fundamental para a vitalidade e pluralidade do espaço urbano, refletindo as mudanças sociais, políticas e culturais (Lefebvre, 1991).

O design gráfico, neste contexto, atua como elo entre o passado e o presente, promovendo o diálogo entre gerações e comunidades. Não se deve, contudo, reduzir o design gráfico a um simples repositório de símbolos estáticos, uma vez que é um agente ativo na construção de novas narrativas, interpretações e sentidos para a cidade (Lippard, 1997). As intervenções das marcas, de designers, artistas e coletivos urbanos têm o poder de alterar a percepção, a função e a significação dos espaços públicos, transformando-os em plataformas de experimentação, crítica e resistência. O design gráfico, portanto, é simultaneamente memória e motor de transformação cultural, capaz de redirecionar o significado e o uso do espaço urbano, promovendo a pluralidade e a renovação do património visual da cidade (Lefebvre, 1991).

⁵ Tibor Kalman, a graphic designer whose innovative ideas about art and society helped change the way a generation of designers and their clients viewed the world(...). He was the self-styled bad boy of the graphic design profession and a harsh critic of formulaic or what he pejoratively termed "professional" design. He wanted designers to take greater responsibility for how their work influenced the surrounding culture. (Bernstein, 1999, p. 14)

2.1.2. A RECONFIGURAÇÃO DA PAISAGEM URBANA

O design gráfico desempenha um papel fundamental na reconfiguração da paisagem urbana, não só como meio de comunicação, mas também como instrumento de contestação política e social. Através das intervenções gráficas, os habitantes da cidade podem reinventar e transformar os espaços públicos, atribuindo-lhes novos significados e funções.

Ao desafiar a lógica da cidade institucionalizada e controlada, o design gráfico subversivo propõe visões alternativas para o espaço urbano, promovendo a emergência de identidades, narrativas e experiências que escapam à normatividade. O surgimento de movimentos de arte urbana, projetos de intervenção efêmera e campanhas de comunicação visual crítica são exemplos de como o design gráfico pode transformar a paisagem da cidade, tornando-a mais plural e inclusiva (Lippard, 1997).

É igualmente importante reconhecer que a paisagem urbana se torna mais plural e densa não só através do espontâneo e do alternativo, mas também pela influência de estratégias institucionais e comerciais, como a publicidade, que convivem e por vezes dialogam com intervenções artísticas e ativistas. Estas várias camadas visuais, que incluem campanhas públicas, mensagens de alerta, murais e suportes comerciais, revelam o potencial do design gráfico para instaurar zonas de contacto, de fricção, consciencialização e de negociação simbólica na vida urbana (Heller & Ilic, 2012; Miranda, 2024; Poynor, 2003).

Além disso, a reconfiguração da paisagem urbana através do design gráfico está intimamente ligada à capacidade de provocar debate público e reflexão crítica. Ao ocupar espaços de grande visibilidade, como fachadas de edifícios, praças ou transportes públicos, o cruzamento de discursos visuais institucionais, comerciais e alternativos transforma o espaço público num território aberto à reinterpretação, à crítica e à construção progressiva de uma cidade mais inclusiva, consciente e responsiva às demandas sociais contemporâneas (Harari, 2015; Poynor, 2003; Heller & Ilic, 2012).

Ao mesmo tempo que o design gráfico atua como ferramenta de transformação e democratização da paisagem urbana, a pixação surge como uma prática paralela que radicaliza esses processos. Se o design gráfico, através de estratégias visuais críticas e institucionais, abre o espaço público à pluralidade de vozes e narrativas, a pixação leva essa intervenção a um extremo insurgente, contestando frontalmente a legibilidade e os códigos estabelecidos da comunicação visual. Assim, ao relacionar design gráfico e pixação, torna-se possível compreender como ambos, ainda que em esferas distintas, contribuem para a criação de heterotopias urbanas e para a construção de uma cidade marcada pela tensão entre ordem e transgressão. Estas práticas permitem uma reinterpretação do espaço urbano, que deixa de ser um mero cenário para as atividades quotidianas e se torna num campo de ação estética, política e cultural (Foucault, 1984).

2.1.3. A FUNÇÃO SUBVERSIVA DO DESIGN GRÁFICO NO ESPAÇO URBANO

Longe de ser apenas uma ferramenta de comunicação institucional, o design gráfico revela-se, cada vez mais, como um instrumento de resistência simbólica e política, capaz de desafiar normas estabelecidas e propor novas formas de interação e apropriação do ambiente citadino. Práticas como cartazes de protesto e pixação exemplificam como o design pode ser apropriado para criar espaços de contestação, desconstruindo a estética dominante e ultrapassando os limites impostos pela tradição ou pelas instituições (Poynor, 2003).

No entanto, a influência do design gráfico no espaço urbano não se resume à dimensão subversiva. Enquanto campo de estudo e prática, o design gráfico é uma das principais formas de expressão visual das cidades, articulando-se com as dinâmicas de urbanização, tecnologia e cultura visual global. Desde o século XX, o design gráfico expandiu o seu alcance para além

dos meios tradicionais, ocupando ruas, praças e edifícios, e tornando-se parte integrante do quotidiano urbano. A sua presença é sentida tanto na sinalização, publicidade e *branding*, quanto nas manifestações culturais, políticas e sociais que marcam a vida das cidades (Rawsthorn, 2018).

Ao intervir nas superfícies da cidade, designers e pixadores criam “espaços de resistência” que questionam as práticas urbanísticas convencionais e oferecem alternativas para o futuro das cidades (Poynor, 2003). Estas intervenções — muitas vezes inesperadas e anónimas — promovem uma atmosfera de desconstrução, provocação e experimentação, rompendo com convenções

2.2 O DESIGN GRÁFICO COMO AGENTE DE MUDANÇA SOCIAL

O design gráfico, enquanto linguagem visual omnipresente nas cidades contemporâneas, exerce um papel determinante na configuração das paisagens simbólicas e nas dinâmicas sociais, culturais e políticas do espaço urbano (Miranda, 2024). Mais do que uma prática estética ou funcional, o design gráfico atua como instrumento de mediação e transformação, influenciando diretamente a forma como as pessoas percebem, ocupam e interagem com o espaço público. A sua presença constante em fachadas, cartazes, sinaléticas, murais, interfaces digitais e intervenções não autorizadas torna-o uma força ativa na influência do comportamento urbano e na construção de identidades coletivas (Rawsthorn, 2018).

Como defende Lefebvre (1991), o espaço urbano é uma construção social, resultado de múltiplas camadas de interação, conflito e negociação simbólica. O design gráfico participa ativamente nesta produção e reprodução, seja a reforçar estruturas hegemónicas⁶ e hierarquias simbólicas, ou a criar oportunidades para a emergência de novas identidades e formas de contestação. Na era da “sociedade do espetáculo” definida por Debord, (1967), em que a experiência urbana é mediada por imagens, signos e fluxos de informação, o design gráfico assume-se como ferramenta de controlo, mas também de resistência, expressão política e memória coletiva.

Pensar no design gráfico como agente de mudança social implica reconhecê-lo como um sistema de linguagem que, para além de comunicar, intervém, ressignifica e reorienta o imaginário urbano. O seu potencial reside precisamente na articulação entre estética e política, criando fissuras no tecido visual da cidade e oferecendo novas formas de pertença, identidade e comunidade. Ao operar na zona de contacto entre o visível e o invisível, entre o instituído e o insurgente, o design gráfico revela-se um dos vetores centrais da disputa pelo espaço urbano e pela construção de significados na cultura visual contemporânea (Lefebvre, 1991).

2.2.1 ELEMENTOS DE DESIGN GRÁFICO

Os elementos do design gráfico constituem o alicerce da comunicação visual e são fundamentais para a construção de mensagens eficazes, expressivas e culturalmente significativas. Em cidades marcadas pela hiperestimulação visual, a compreensão técnica e crítica desses elementos é essencial para o desenvolvimento de propostas gráficas que se destaquem e provoquem impacto social, político ou estético. Entre os componentes estruturantes mais relevantes destacam-se a tipografia, a cor, a composição, a hierarquia visual, a imagem, o espaço negativo e a textura. Cada um destes elementos possui funções específicas e interdependentes, que devem ser manipuladas com intencionalidade e rigor conceptual, especialmente em contextos urbanos onde a disputa simbólica pelo espaço é constante (Heller, 2009). Uma comunicação visual eficaz depende não só da estética, mas também da compreensão do público-alvo e do contexto

⁶ Situação superior de algo ou alguém em relação a outros da mesma espécie ou na mesma organização “hegemonia”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2025

cultural, pois a interpretação dos elementos é orientada pela percepção humana e condicionada por fatores sociais, sendo essencial conceber o design para cumprir um propósito comunicativo claro e adaptado (Muratovski, 2021; Bergström, 2008).

Tal como sugere David Crow (2016), para além da sua função formal, estes elementos devem ser entendidos enquanto sistemas de significação, funcionando como sinais dentro de códigos visuais compartilhados socialmente. A análise semiótica propõe que cada um destes elementos — tipografia, cor, composição, etc. — adquire sentido conforme a sua relação com paradigmas, convenções sociais e a experiência do observador. Assim, o design não é neutro, mas lugar de negociação e disputa de significados, tal como evidencia Crow (2016) ao articular a dimensão comunicacional e cultural da linguagem visual. A comunicação visual agrega uma dimensão colaborativa onde o design funciona simultaneamente como emissor, mediador e recetor, ressaltando a importância de planejar a forma de comunicação para que a mensagem alcance o efeito desejado (Bergström, 2008).

A tipografia destaca-se como um dos principais veículos de expressão e estruturação do discurso visual urbano. Para além da sua função informativa, a tipografia comunica ideologias, identidades e contextos culturais. Como enfatiza Ellen Lupton (2010) na distinção entre *legibility* e *readability*: enquanto a legibilidade diz respeito à clareza na identificação de caracteres isolados, a leitura refere-se à fluidez com que blocos de texto são processados pelo leitor. Esta diferenciação é particularmente relevante em ambientes urbanos, onde o tempo de exposição a mensagens visuais é frequentemente reduzido. A eficácia da tipografia depende, assim, não apenas da sua adequação à função comunicativa, mas também da sua visibilidade no ecossistema visual urbano, onde os caracteres se misturam com a confusão urbana. Segundo Crow (2016), a tipografia deve ser entendida enquanto signo visual, onde o seu significado resulta da articulação entre forma (significante) e contexto cultural (significado). O valor simbólico de uma fonte, por exemplo, varia conforme o uso e o contexto sociocultural onde se insere — uma fonte gótica sugere tradição ou autoridade, enquanto uma *sans-serif* pode transmitir modernidade, simplicidade ou neutralidade. Conceitos como visibilidade tipográfica, abordados por Crow, referem-se precisamente à percepção imediata de um texto num determinado contexto visual, fortemente influenciada por variáveis como contraste cromático, peso visual, escala e iluminação envolvente.

Conceitos como visibilidade tipográfica, analisados por autores como Crow (2016), referem-se à percepção imediata de um texto num determinado contexto visual, influenciada por variáveis como contraste cromático, peso visual, escala e iluminação envolvente. A familiaridade com certos estilos tipográficos e estruturas gráficas potencia a eficácia comunicacional e essa familiaridade é moldada social e culturalmente, sendo reforçada pela repetição e pela aprendizagem implícita, como demonstram estudos de psicologia cognitiva da leitura (Crow, 2016). A expressividade da tipografia caracterizada pela sua capacidade de transmitir emoção, identidade e contexto cultural através da forma visual das letras, amplifica essa familiaridade, funcionando como um recurso para gerar conexão e reação emocional no espectador (Jardí, 2008). No documentário “Helvetica”, esta dimensão é ilustrada pela forma como a Helvetica, pela sua simplicidade e neutralidade, se tornou omnipresente, moldando a experiência visual urbana global e demonstrando como a tipografia pode influenciar a percepção e o comportamento nas cidades (Hustwit, 2007). Por outro lado, o uso consciente dos contrastes e variações na tipografia não só melhora a legibilidade, mas também confere personalidade e significado à mensagem visual, reforçando o papel da tipografia como um potente instrumento comunicacional (Lupton, 2010). No espaço urbano, essa familiaridade pode ser explorada tanto para reforçar discursos institucionais quanto para subvertê-los em práticas de resistência gráfica, como no design pós-modernista que aposta na dissonância visual⁷ e na quebra de convenções (Poynor, 2003).

A cor, por sua vez, é um elemento fundamental na construção da retórica visual urbana. Ela influencia diretamente a percepção emocional, a memorização de mensagens e a hierarquização de informações. Como argumenta Albers (2013), a percepção cromática é relativa e contextual, e as cores não devem ser entendidas como entidades isoladas, mas em relação constante com os seus vizinhos. No design gráfico urbano, a cor pode ser usada para criar contraste, estabelecer códigos

⁷ Falta de harmonia; má combinação ou má compatibilidade “dissonância”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2025

culturais (como o vermelho para alerta ou o verde para segurança), ou para evocar identidades visuais específicas — como se vê na comunicação gráfica de movimentos sociais ou campanhas políticas. Para Crow (2016), a cor também pode ser lida enquanto signo visual: o significado de determinada cor não reside apenas na sua aparência sensorial, mas nas associações culturais, históricas e simbólicas que transporta — ora reforçando ora destabilizando significados dominantes. A complementaridade entre cores, especialmente a utilização de cores fortes e contrastantes, cumpre um papel fundamental na criação do impacto visual e emocional. Crow (2016) destaca que as cores complementares, ao serem visualmente opostas no círculo cromático, criam tensões dinâmicas que captam a atenção e evocam emoções intensas, podendo influenciar diretamente o estado afetivo do observador. Essa força emocional das cores é essencial para que o design gráfico funcione não apenas como comunicação, mas como uma experiência sensorial que envolva e mobilize o público (Crow, 2016).

A composição e a hierarquia visual funcionam como estruturas invisíveis que guiam o olhar do observador, determinando a ordem de leitura, o grau de destaque dos elementos e o equilíbrio entre a forma e o conteúdo. Uma composição eficaz organiza a informação de forma a maximizar a clareza e a retenção da informação, recorrendo a princípios como o alinhamento, a repetição, o contraste e a proximidade (Müller-Brockmann, 1981). A hierarquia visual, por sua vez, estabelece relações de importância e hierarquização entre os elementos gráficos, sendo a estruturação do *layout*⁸ essencial para captar rapidamente a atenção num cenário urbano saturado de estímulos concorrentes (Bergström, 2008). Segundo Crow (2016), estes aspetos podem ser compreendidos como “sintagmas” e “paradigmas” visuais: escolhas e sequências que estruturam o discurso gráfico e a sua leitura pelo público, a partir de convenções culturais e códigos partilhados.

O *layout* no design gráfico apoia-se frequentemente em sistemas de grelhas, que oferecem uma base organizada para a disposição dos elementos visuais. As grelhas contribuem para a coerência visual do design, facilitando o equilíbrio entre os elementos e a criação de padrões repetitivos que reforçam a legibilidade e a orientação visual. A escolha e o uso adequado das grelhas revelam-se decisivos para a eficácia da composição, sobretudo em contextos urbanos saturados de informação, onde a clareza e a hierarquização visual são cruciais para o impacto da comunicação (Müller-Brockmann, 1981). No entanto, como refere Kimberly Elam (2007), para além do sistema de grelha existem múltiplos modelos de organização tipográfica: *radial*, *modular*, *axial*, *transitional*, *bilateral*, *random* e *dilatational*, que permitem maior flexibilidade criativa e ampliam as possibilidades expressivas do design. A consideração destes diferentes sistemas demonstra que a estrutura visual não se limita a um modelo rígido, constitui um campo dinâmico de experimentação e adaptação às necessidades da comunicação contemporânea.

A imagem, nas suas diversas formas — fotografia, ilustração, grafismos, colagens —, opera como condensadora de significados complexos. As imagens têm a capacidade de comunicar de forma sintética, emocional e imediata, ultrapassando as limitações da linguagem verbal. Crow (2016) e Peirce (2003) defendem que a imagem pode funcionar como ícone (semelhança direta), símbolo (convencionalidade) ou índice (relação causal), sendo a sua leitura sempre negociada consoante o contexto sociocultural e as experiências do observador. Muitas vezes, a imagem acaba por ser o elemento mais memorável do artefacto gráfico, eficaz na evocação de contextos culturais e na articulação de narrativas simbólicas. Crow (2016) argumenta que a imagem é, muitas vezes, o elemento mais memorável de um artefacto gráfico, sendo especialmente eficaz na articulação de narrativas simbólicas e na evocação de contextos culturais.

O espaço envolvente e a textura são frequentemente subvalorizados, mas desempenham funções determinantes na clareza e no impacto visual. O espaço envolvente à forma, ou espaço em branco, permite que os elementos gráficos respirem, evitando a saturação visual e facilitando a leitura e a interpretação (Müller-Brockmann, 1981). Esta relação entre forma e espaço é um princípio essencial da psicologia da forma, ou *Gestalt*, que descreve como o cérebro humano percebe elementos visuais não isoladamente, mas como totalidades integradas (Bergström, 2008; Erlhoff & Marshall, 2008). As leis da *Gestalt* - nomeadamente a semelhança, a proximidade, a continuidade, a pregnância, o fechamento, a unidade, a unificação e a segregação - elucidam os

⁸ Modo de distribuição e arranjo dos elementos gráficos num determinado espaço ou superfície. “layout”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2025

mecanismos pelos quais agrupamos elementos e percebemos formas completas, mesmo quando são incompletas ou fragmentadas (Bergström, 2008). O espaço em branco atua sobretudo na distinção da figura-fundo, ao definir e enfatizar o contorno das formas, auxiliando a distinguir o objeto do seu fundo (Bergström, 2008).

Segundo Erlhoff e Marshall (2008), estas oito leis fundamentais da Gestalt aplicam-se diretamente ao design gráfico. A lei da semelhança indica que elementos com características visuais semelhantes tendem a ser percebidos como membros do mesmo grupo. A lei da proximidade estipula que elementos próximos espacialmente são agrupados pela percepção. A lei da continuidade assinala que linhas ou formas que parecem seguir um curso contínuo são percebidas como uma unidade. A lei da pregnância privilegia formas simples, estáveis e organizadas, facilitando a compreensão visual. A lei do fechamento descreve a tendência da mente para completar formas incompletas, percebendo-as como unidades completas. A lei da unidade pressupõe que partes dispersas podem ser vistas como um todo coerente. A lei da unificação refere-se à harmonia e simetria geradas pela interação entre elementos distintos, resultando numa estrutura integrada. Por fim, a lei da segregação permite a diferenciação clara entre elementos, importante para a criação de hierarquias visuais e para a orientação da atenção do observador (Bergström, 2008).

Esta percepção estruturada contribui para um design mais funcional e esteticamente equilibrado, alinhando-se com a tradição da Bauhaus, que enfatizava a clareza, o equilíbrio e a eficácia visual mediante a manipulação racional do espaço e da forma, em composições rigorosas, desprovidas de ornamentos, nas quais o vazio assume um papel estrutural fundamental (Müller-Brockmann, 1981). A textura, seja ela física, como nos cartazes recolados na rua, ou simulada digitalmente, acrescenta uma dimensão sensorial e semântica ao design. Além de conferir profundidade, atribui uma sensação de realidade e autenticidade às superfícies trabalhadas, criando uma ligação mais próxima entre o objeto e o observador. A rugosidade visual ou tátil de uma superfície não só enriquece a experiência estética, mas também promove uma interação sensorial que estimula os sentidos, reforçando a percepção de autenticidade, urgência ou intervenção manual, como é frequente na estética do movimento “*diy*”⁹ em contextos urbanos alternativos (Poynor, 2003). A textura atua como um elemento que humaniza, enriquece e intensifica a comunicação visual, acrescentando camadas de significado e criando novas possibilidades de leitura e interpretação do espaço e do objeto (Poynor, 2003; Crow, 2016).

Compreender os elementos do design gráfico implica, portanto, muito mais do que dominar as ferramentas formais: exige uma leitura crítica do contexto, da cultura e das relações de poder que moldam a comunicação visual nas cidades. Em ambientes urbanos marcados por constantes disputas simbólicas, a utilização consciente destes elementos transforma-se numa estratégia de resistência ou de dominação, dependendo da intencionalidade (Lefebvre, 1991; Foucault, 1984; Poynor, 2003). A comunicação visual articula-se através de múltiplos media que ultrapassam a imagem fixa, incluindo o som e o vídeo, e integra elementos interativos que possibilitam uma experiência dinâmica e participativa (McLuhan, 1964). Estes meios combinados potenciam a criação de uma interação comunicativa que amplia o impacto e a abrangência da mensagem, fomentando interações sensoriais e cognitivas com o público (McLuhan, 1964; Lippard, 1997). Assim, o design gráfico transcende a mera técnica de composição visual para se afirmar enquanto linguagem viva e dinâmica, capaz de construir identidades, desafiar hegemonias e reconfigurar paisagens urbanas através do poder comunicativo ampliado pelos media e pela interação (Bergström, 2008).

⁹Do it yourself – Tradução livre de autor

2.2.2 O DESIGN GRÁFICO COMO FERRAMENTA DE CONTROLO SOCIAL

O design gráfico, enquanto linguagem visual institucionalizada, desempenha um papel estratégico e oscilante na organização simbólica do espaço urbano e no reforço de estruturas de poder hegemónicas. Inspirado nas análises de Foucault (1984) sobre dispositivos de poder e vigilância, é possível compreender de que forma as empresas e os governos recorrem ao design gráfico para promover interesses próprios e comunicar autoridade. Cartazes publicitários, logotipos empresariais, sinalética institucional e campanhas de propaganda são exemplos de estratégias visuais que moldam perceções públicas, reforçam ideologias dominantes e definem o que é socialmente aceitável ou desejável (Debord, 1967; Lefebvre, 1991). Estas operações não só informam, como também regulam e condicionam a experiência urbana, estabelecendo normas que orientam comportamentos, expectativas e até mesmo a forma como vivemos e nos movemos na cidade. O design gráfico está intrinsecamente ligado ao capitalismo, funcionando como um mecanismo que contribui para a reprodução das desigualdades sociais e ambientais (Pater, 2021). Nesta perspetiva, o design participa ativamente na criação de imagens, documentos, interfaces e marcas que servem os interesses do sistema económico dominante, embora também existam exemplos de design radical e colaborativo que procuram contrariar estas dinâmicas. Apesar das estratégias de design social e especulativo tentarem fugir à lógica consumista, muitas vezes acabam por se enquadrar e alimentar o crescimento económico. Pater (2021) realça o papel paradoxal do design enquanto instrumento tanto de controlo social e económico como de resistência, reforçando a necessidade urgente de pensar o design enquanto prática emancipatória capaz de influenciar transformações sociais (Pater, 2021).

A sinalética urbana, com o seu vocabulário visual padronizado e a paleta cromática codificada, funciona como uma gramática de autoridade visual que estrutura a mobilidade dos cidadãos e delimita zonas de comportamento (Heller & Ilic, 2012). Historicamente, o desenvolvimento da sinalética moderna foi impulsionado pela necessidade de organizar o espaço público e facilitar a orientação dos utilizadores, tendo a AIGA (*The professional association for design*) estado na origem da padronização de símbolos internacionalmente reconhecidos para atravessar barreiras linguísticas e promover uma comunicação eficiente e universal (Gibson, 2009). David Gibson, no livro *“Wayfinding: The Wayfinding Handbook – Information Design for Public Places”*, expande esta abordagem funcional destacando que os sistemas de *wayfinding*¹⁰ não existem apenas para impor regras e formas de circulação, mas também para tornar os ambientes mais acessíveis, inclusivos e intuitivos. Gibson (2009) enfatiza a importância de tornar a experiência urbana mais acolhedora e de responder à necessidade humana de nos localizarmos, orientarmos e interagirmos com o espaço, através de uma sintaxe visual construída por sinais, mapas, cores, tipografia e símbolos universais. O processo de planeamento da sinalética respeita diferentes tipologias de sinais (identificação, direção, orientação, regulamentação) e envolve a avaliação estratégica do local, das rotas e dos fluxos dos utilizadores. Acrescenta, ainda, que o design de *wayfinding* contribui para a criação de lugares memoráveis, influenciando a perceção, a segurança e o sentido de pertença dos cidadãos no seu percurso urbano (Gibson, 2009).

As campanhas visuais promovidas por governos e grandes corporações utilizam intencionalmente os elementos do design para estabelecer hierarquias visuais, definir trajetos de circulação e reforçar ideologias de produtividade, consumo e segurança. Como denuncia Debord (1967), estas estratégias são centrais na sociedade do espetáculo, em que a realidade é mediada e substituída por representações visuais cuidadosamente construídas. Neste contexto, o design gráfico institucionaliza aquilo que Lefebvre (1991) descreve como a produção social do espaço: um processo em que o simbólico e o material se entrelaçam para constituir realidades urbanas normativas. O design gráfico contribui, assim, para a consolidação de um modelo de cidade organizado, no qual os indivíduos são induzidos a ocupar determinados papéis sociais e a seguir trajetórias esperadas. Ao naturalizar códigos visuais e comportamentais, o design gráfico atua

¹⁰ “Wayfinding design provides guidance and the means to help people feel at ease in their surroundings.” (Gibson, 2009, p. 12)

como um verdadeiro dispositivo de poder, promovendo a homogeneização da paisagem urbana e a normatização das práticas quotidianas (Heller & Ilic, 2012).

Contudo, este papel disciplinador é constantemente desafiado por práticas visuais insurgentes que desafiam a ordem estabelecida. A pixação, enquanto linguagem gráfica subversiva e não autorizada, representa uma contra-narrativa radical que interfere na estética dominante e perturba os códigos visuais instituídos (Chastanét & Heller, 2007; Medeiros, 2018; Townes, 2014; Wainer & Oliveira, 2010). A tipografia da pixação — marcada por uma estética agressiva, verticalizada e de difícil leitura — contrasta intencionalmente com os princípios convencionais de legibilidade e clareza, funcionando como ato de resistência estética e política (Chastanet & Heller, 2007; Medeiros, 2018). Com esta prática, os pixadores subvertem a função disciplinadora do design gráfico, reconfigurando-o como linguagem de protesto e reivindicação de visibilidade no tecido urbano.

Esta lógica de apropriação gráfica remete ao conceito situacionista de *détournement* (Debord, 1967), entendido como o desvio crítico de mensagens hegemónicas para fins subversivos. Ao inverter os signos do poder — seja ao ocupar superfícies institucionalizadas, ou ao replicar códigos visuais corporativos de forma irónica — os agentes gráficos da resistência desafiam o uso disciplinador do design e reabrem o espaço urbano como lugar de disputa simbólica e negociação identitária (Lasn, 1999).

Assim, o design gráfico revela a sua natureza ambígua: por um lado, serve aos interesses do poder e à normatização social; por outro, constitui um espaço importante para a expressão da insurgência estética e da luta pelo direito à cidade. Esta tensão constante entre controlo e contestação é fundamental para compreender o design gráfico como agente estruturante e dinâmico da paisagem urbana contemporânea (Miranda, 2024).

2.2.3 A PERSPETIVA DO DESIGN GRÁFICO COMO FERRAMENTA DE INCLUSÃO E SUBVERSÃO

O design gráfico, quando se desvia das funções convencionais e institucionalizadas, revela-se uma ferramenta de inclusão e subversão no contexto urbano contemporâneo. Esta lógica efémera e mutável opõe-se à fixidez que caracteriza a comunicação institucional, propondo uma cidade em constante reconstrução simbólica e aberta à experimentação (Miranda, 2024).

Neste sentido, o design gráfico urbano assume uma dimensão processual e dinâmica: não é um objeto fechado, mas uma prática em fluxo, sujeita à intervenção, ao desaparecimento, à sobreposição e à resignificação. A cidade torna-se um verdadeiro palimpsesto visual, onde o passado, o presente e o futuro se interpenetram (Miranda, 2024). Marcas gráficas de diferentes épocas — sejam cartazes históricos, *slogans* revolucionários ou intervenções recentes — coexistem e dialogam, revelando memórias coletivas, conflitos latentes e visões projetadas do mundo (Miranda, 2024). Este diálogo temporal torna o espaço urbano numa heterotopia visual, onde múltiplas realidades convivem e desafiam a linearidade da história oficial (Foucault, 1984). Ao integrar momentos históricos e perspetivas culturais diversas, o design gráfico alternativo oferece ferramentas para a construção de uma cidade mais inclusiva, plural e crítica (Lippard, 1997; Miranda, 2024). A evocação de símbolos culturais, a recuperação de linguagens esquecidas ou marginalizadas e a projeção de futuros alternativos através da experimentação gráfica contribuem para enriquecer a experiência urbana, libertando-a da homogeneidade imposta pelos discursos dominantes (Pater, 2021; Miranda, 2024). Assim, o design gráfico torna-se simultaneamente uma linguagem de pertença e de contestação: por meio dele, os cidadãos afirmam a sua existência no espaço público e reagem às tentativas de silenciamento e normatização (Lefebvre, 1991; Miranda, 2024).

Práticas como a pixação e outras intervenções gráficas não autorizadas reconfiguram a paisagem da cidade ao ocupar áreas negligenciadas ou invisibilizadas pelo poder, proporcionando visibilidade a vozes periféricas (Medeiros, 2018; Lippard, 1997). Ao emergirem fora dos canais

tradicionais de comunicação visual, estas manifestações transformam o espaço urbano num território de expressão coletiva, disputa cultural e ressignificação identitária (Lippard, 1997; Leal, 2019). Ao contrário do design gráfico institucional, que tende a consolidar normas visuais, comportamentais e discursivas (Pater, 2021), a pixação e outras práticas insurgentes introduzem um sistema gráfico paralelo, onde a estética da transgressão e o gesto de intervenção se sobrepõem à mera função informativa (Medeiros, 2018). A utilização de muros, fachadas e edifícios devolve à cidade um carácter intimista, em que cada intervenção gráfica inscreve novas camadas de significado e desafia a hegemonia dos signos visuais dominantes (Poynor, 2003).

Estas práticas gráficas insurgentes, muitas vezes criminalizadas, são, na realidade, expressões legítimas de resistência cultural e instrumentos de participação ativa na produção simbólica da cidade, promovendo uma paisagem urbana mais dinâmica, aberta à diversidade e à

2.2.4 O DESIGN GRÁFICO COMO MEIO DE EXPRESSÃO POLÍTICA E IDENTITÁRIA

O design gráfico, para além de veicular mensagens institucionais ou comerciais, assume um papel central na articulação de identidades coletivas e na expressão de posicionamentos políticos, sobretudo em contextos urbanos marcados pela disputa por visibilidade e reconhecimento (Lippard, 1997; Miranda, 2024). Enquanto expressão identitária manifesta-se também pela escolha de estilos tipográficos, paletas cromáticas e estruturas compositivas que remetem a contextos culturais específicos (Heller & Ilic, 2012; Jardí, 2008). Em bairros periféricos, por exemplo, é comum encontrar intervenções gráficas que incorporam elementos visuais ligados ao *hip hop*, ao *punk* ou à cultura local, constituindo um vocabulário visual que afirma a singularidade daquela comunidade (Medeiros, 2018; Lippard, 1997). Esta codificação visual ajuda a criar sentido de pertença, reforçando vínculos sociais e culturais e promovendo a construção de uma memória coletiva (Lippard, 1997; Crow, 2016).

A paisagem urbana é constantemente reformulada por influências comerciais, políticas e culturais, e o design gráfico exerce um papel central na organização visual desses processos (Miranda, 2024; Rawsthorn, 2018). A publicidade, os logotipos e as campanhas institucionais dominam o espaço urbano, refletindo os valores e as prioridades de uma sociedade de consumo (Debord, 1967; Pater, 2021). Contudo, como observa Poynor (2003), o design gráfico pode também ser apropriado de forma subversiva, promovendo uma estética de contestação e de crítica ao *status quo* (Debord, 1967). Nesse sentido, o design funciona não apenas como meio de comunicação passivo, mas como uma linguagem de comando e persuasão que pode levar o espectador a parar, refletir e agir, subvertendo as expectativas e normas estabelecidas (Heller & Ilic, 2012; Poynor, 2003; Lasn, 1999). As palavras e imagens, cuidadosamente concebidas, têm o poder de orientar comportamentos e estimular respostas cognitivas e emocionais, transformando o espaço urbano num campo dinâmico de negociação e resistência social, como demonstram estudos recentes sobre o poder do design na modificação do comportamento coletivo (Heller & Ilic, 2012). Nas suas expressões críticas e alternativas, o design gráfico revela um papel decisivo na construção de identidades coletivas e no fortalecimento de comunidades que se unem em torno de símbolos, cores, tipografias e imagens. Em contextos urbanos marcados por lutas por visibilidade e reconhecimento, a estética gráfica torna-se um instrumento de afirmação cultural e política, funcionando como marcador identitário e catalisador de pertença entre indivíduos que partilham valores, causas ou experiências semelhantes (Crow, 2016; Lippard, 1997).

No universo dos movimentos urbanos subversivos, como a pixação, estes códigos visuais adquirem uma força particular. As inscrições nas paredes, muitas vezes codificadas e incompreensíveis para quem está fora do grupo, ultrapassam o mero gesto estético e tornam-se marcas de pertença, resistência e contestação (Nascimento, 2015). Ao intervir no espaço público com traços gráficos específicos e repetitivos, os grupos criam uma linguagem própria, reconhecível entre os seus pares, que reforça o sentimento de comunidade e desafia a

normatividade visual imposta pelos discursos oficiais da cidade (Chastanet & Heller, 2007). Cada intervenção gráfica pode ser entendida como uma “marca territorial”, promovendo solidariedade e sentido de pertença entre aqueles que partilham da mesma visão ou ideologia. No contexto das cidades contemporâneas, a política estética do design gráfico manifesta-se na tensão entre a homogeneização visual imposta pelo capitalismo e as expressões alternativas que emergem nas margens da sociedade (Pater, 2021). A pixação é um exemplo paradigmático dessa resistência estética, apropriando-se do espaço urbano para desafiar as normas e propor novas formas de ver e viver a cidade (Nascimento, 2015).

A repetição de determinados elementos visuais — assinaturas, estilos caligráficos, símbolos gráficos — contribui para consolidar uma memória coletiva partilhada, que é simultaneamente visual, política, emocional e territorial. Os muros da cidade tornam-se arquivos simbólicos, onde se inscrevem experiências vividas, tensões sociais, processos de exclusão e lutas por reconhecimento (Lippard, 1997). O design gráfico, mesmo nas suas formas mais disruptivas, preserva e transmite histórias que frequentemente não encontram espaço nos meios institucionais de representação, garantindo que as experiências de comunidades periféricas sejam contadas e lembradas por gerações futuras (Barnbrook, 2001)).

Por outro lado, o design gráfico urbano situa-se numa relação complexa entre estética e política, refletindo as disputas ideológicas e os seus interesses, na cidade. Lefebvre (1991) sublinha que o espaço urbano é construído a partir de práticas sociais que manifestam relações de poder e de controlo. O design gráfico, por sua vez, atua como mediador desses interesses, podendo ser utilizado tanto como ferramenta de uniformização e controlo quanto como meio de resistência e subversão, reforçando o monopólio estético e apagando linguagens visuais consideradas marginais (Pater, 2021). A homogeneização da comunicação institucional, com ênfase na neutralidade e na clareza padronizada, muitas vezes anula a diversidade visual que marca o tecido urbano. É nesse contraste que práticas como a pixação ganham potência política, ao criar uma dissonância visual que obriga à atenção e à reflexão sobre os modos como o espaço urbano é controlado, estilizado e significado (Lefebvre, 1991).

Neste sentido, o design gráfico no espaço público funciona como linguagem de negociação entre poder, identidade e pertença. Seja através da provocação direta, da celebração de uma estética específica ou da ocupação simbólica de determinados territórios visuais, ele contribui para a construção de um imaginário urbano plural, onde diferentes formas de existência e resistência podem coexistir e se fazer visíveis. Através do design gráfico, os cidadãos afirmam a sua presença, reagem a tentativas de repressão e normatização, e participam ativamente na produção simbólica da cidade, reescrevendo continuamente as suas narrativas e redefinindo os seus horizontes de possibilidade (Lefebvre, 1991). A cidade, portanto, torna-se um campo de batalha visual, onde diferentes instituições disputam a hegemonia simbólica e a possibilidade de inscrever as suas narrativas no espaço público. O design gráfico pode ser instrumento de poder, mas também de subversão, quando utilizado de modo crítico e disruptivo, abrindo espaço para a pluralidade de vozes e de experiências urbanas. Esta tensão é fundamental para a vitalidade democrática do espaço urbano, pois permite o confronto de ideias, valores e estéticas que refletem a diversidade da sociedade e promovem o espírito crítico (Lefebvre, 1991).

Estas manifestações gráficas criam redes de reconhecimento entre sujeitos excluídos dos canais convencionais de expressão. Ao tornarem-se visíveis no espaço público, as suas vozes ganham corpo através da imagem, estabelecendo um diálogo com a cidade e com os que nela circulam. A estética gráfica converte-se, assim, num catalisador de mobilização, permitindo que as comunidades urbanas se vejam representadas nas paisagens que habitam e se reconheçam enquanto agentes ativos na produção simbólica do espaço urbano (Lippard, 1997).

Ao operar neste campo simbólico e coletivo, o design gráfico transcende a mera comunicação funcional, assumindo-se como dispositivo de inserção social e de construção de identidade (Lippard, 1997). A forma e o conteúdo entrelaçam-se para dar visibilidade a existências, narrativas e memórias frequentemente marginalizadas, tornando o design gráfico um elemento central na luta por reconhecimento, pertença e justiça simbólica das minorias nas cidades contemporâneas (Crow, 2016).

Em muitas cidades, as intervenções gráficas — como a pixação — tornam-se plataformas de expressão para grupos marginalizados, permitindo-lhes ressignificar o espaço público e

transformar lugares comuns em territórios de resistência. Estas manifestações não são apenas respostas visuais ao sistema, mas também reflexos das tensões políticas e sociais que permeiam o tecido urbano. Em grandes cidades, onde as desigualdades sociais e económicas são mais evidentes, a pixação funciona frequentemente como protesto visual contra o *status quo*, projetando nas paredes mensagens de identidades subversivas que recusam a conformidade e reescrevem as narrativas urbanas (Lupton, 2010; Poynor, 2003; Medeiros, 2018).

Enquanto prática gráfica não autorizada, a pixação pode ser analisada em relação ao design gráfico pelo seu potencial de resistência e de afirmação identitária. Ao inscrever mensagens nos espaços da cidade sem autorização institucional, os pixadores desafiam normas estéticas e legais, criando uma linguagem visual própria, deliberadamente dissonante e agressiva. Diferentemente do design gráfico encomendado e institucional, a pixação não se pauta por regras de legibilidade, funcionalidade ou estratégias de mercado, sendo marcada antes pela urgência da inscrição e pela afirmação do direito de presença (Nascimento, 2015).

Ainda assim, é necessário reconhecer que o design gráfico, mesmo quando associado a sistemas normativos de comunicação, não se limita a cumprir funções institucionais ou comerciais. Através de escolhas visuais, designers podem também intervir criticamente, questionar hegemonias e propor leituras alternativas do mundo (Poynor, 2003; Barnbrook, 2001; Pater, 2021). Nesse sentido, tanto o design quanto a pixação partilham a possibilidade de se tornarem práticas de resistência, embora por vias distintas: o primeiro a partir de dentro de estruturas formais, reconfigurando discursos aceites; o segundo a partir da margem, ocupando e inscrevendo no espaço urbano uma linguagem que afronta diretamente a ordem estabelecida.

Conclui-se, portanto, que não se trata de confundir pixação e design gráfico, mas de observar como ambos, em diferentes regimes de produção e circulação, podem abrir fissuras no tecido social e projetar novas formas de contestação e narrativa visual.

2.3 A PAREDE COMO SUPORTE VISUAL E COMO EXTENSÃO DA PÁGINA

A parede urbana, para além da sua função arquitetónica, assume-se historicamente como um suporte privilegiado de inscrições visuais e narrativas. Desde as inscrições rupestres (figura 1) e hieróglifos¹¹ até aos murais e à publicidade, as superfícies servem de palco para a construção de identidades coletivas, memória social e expressão cultural (Herzog, 2010). Esta dimensão histórica revela como a parede sempre foi mais do que um mero fundo: é um agente ativo na constituição da paisagem urbana e do imaginário coletivo. Inspirando-nos em Marshall McLuhan (1964), que conceptualiza os meios de comunicação como extensões sensoriais e sociais do ser humano, compreende-se que a parede urbana ultrapassa o conceito tradicional de página. Ao contrário do suporte impresso, limitado e controlado, a parede está exposta à ação do tempo, à sobreposição de mensagens e à constante negociação entre diferentes agentes sociais, tornando-se num arquivo visual em permanente transformação (Lefebvre, 1991).

No espaço público, o design gráfico, a arte urbana e a publicidade dialogam e disputam o mesmo suporte, tornando a parede um ponto de convergência entre linguagens visuais, interesses institucionais e expressões de resistência. Os murais, a colagem de cartazes, a tipografia de grande escala e a pixação exemplificam estratégias de apropriação da parede, cada uma com o seu propósito comunicativo, simbólico ou político (Lefebvre, 1991). Enquanto o design gráfico institucional procura clareza, ordem e eficácia comunicacional, práticas como a pixação reivindicam o espaço como território de contestação e afirmação identitária (Nascimento, 2015).

¹¹ Nome dado aos caracteres da escrita dos antigos egípcios; escrita ilegível; coisa enigmática ou difícil de decifrar. “hieróglifos”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2025



FIGURA 1_ Inscrições rupestres na cave Chauvet.
Imagem retirada de ancient-wisdom.co.uk

A experiência da parede na cidade é profundamente sensorial e emocional. O uso estratégico da cor, da escala e da densidade visual transforma a percepção dos espaços, criando pontos de referência, zonas de pertença (Lippard, 1997) e atmosferas que influenciam tanto o comportamento como a memória dos visitantes passageiros (Heller & Ilic, 2012). A parede, ao servir de suporte a mensagens efêmeras ou permanentes, reflete as dinâmicas de poder, resistência e negociação simbólica que caracterizam a vida urbana (Lefebvre, 1991). Assim, a parede enquanto extensão da página e suporte visual (McLuhan, 1964) revela-se como um território de inovação, experimentação e confronto simbólico (Barnbrook, 2001). A sua condição de palimpsesto, constantemente reescrito e ressignificado (Medeiros, 2018; Nascimento, 2015), desafia as convenções da leitura linear e sequencial, convocando o espectador a uma experiência de leitura fragmentada, imersiva e performativa (Poynor, 2003). Neste contexto, o design gráfico, a arte urbana e as práticas contestatórias afirmam-se como agentes de transformação do quotidiano, promovendo novas formas de interação, apropriação e produção de sentido no espaço público (Lippard, 1997; Belanciano, 2015).

Todavia, a parede não é apenas palco de convergência entre linguagens, mas também um espaço de contestação social, política e cultural. Esta dimensão subversiva manifesta-se tanto na arte urbana institucionalizada como nas práticas marginais, sendo a parede o meio onde diferentes vozes, narrativas e disputas simbólicas se tornam visíveis e acessíveis ao público. Como sublinha Lippard (1997), a cidade é um espaço de sobreposição de histórias e significados, onde as superfícies murais funcionam como tela viva para a expressão coletiva, a memória e o embate de ideias.

A arte urbana, desde os murais políticos até à pixação, serve de instrumento para a crítica e resistência à ordem estabelecida. Murais emergem frequentemente como resposta a contextos de opressão, tornando-se veículo de afirmação identitária e de denúncia social (Brito, 2020; Medeiros, 2018). O suporte da parede, carregado de simbolismo, adquire novo significado quando apropriado por práticas de intervenção gráfica: a parede não é apenas um fundo neutro, mas um meio já marcado por camadas de memória, poder e exclusão, que potencializa a força da mensagem inscrita (Lefebvre, 1991). A pixação, em particular, representa uma das formas mais

radicais de apropriação subversiva do espaço urbano. Originária de contextos de resistência e marginalização, utiliza a cidade como meio de inscrição de presenças dissidentes, desafiando normas estéticas, legais e sociais. Em cidades como São Paulo, a pixação tornou-se símbolo de resistência e de afirmação de identidades periféricas, transformando as paredes em territórios de disputa e visibilidade para grupos historicamente silenciados (Medeiros, 2018; Wainer & Oliveira, 2010). Cada marca pixada é uma intervenção que reconfigura a paisagem, questionando a legitimidade do espaço público e a hegemonia dos discursos institucionais.

O design gráfico subversivo, muitas vezes aliado ao ativismo visual, também contribui para esta transformação da parede em espaço de contestação. Cartazes e colagens urbanas desafiam o *status quo*, abordando temas como a justiça social, a crítica ao consumo, ou a denúncia de desigualdades. O coletivo Adbusters, por exemplo, utiliza a estética publicitária de modo irônico para questionar a cultura de massas e o poder dos media (Heller, 2009). Inspirados pelo conceito de “*subvertising*”, o coletivo intervém em anúncios e campanhas visuais existentes, subvertendo mensagens empresariais através de imagens satíricas que provocam reflexão sobre consumo, influência das marcas e comportamento social. Estas práticas, ao ocuparem o espaço público, promovem uma democratização do discurso visual e criam novas formas de participação cívica, aproximando o ativismo à arte urbana e incentivando o debate crítico sobre os limites entre publicidade, arte e política (Lasn, 1999; Barnbrook, 2001).

Ao apropriar-se da parede, estas ações gráficas evidenciam a tensão entre permanência e efemeridade: mensagens inscritas nas paredes são frequentemente apagadas, sobrepostas ou ressignificadas, num processo contínuo de disputa simbólica. Esta dinâmica transforma a parede num arquivo coletivo, onde se inscrevem a memória, a resistência e as transformações sociais, refletindo a vitalidade e o conflito inerentes à vida na cidade (Lippard, 1997; Crow, 2016). A dimensão subversiva destas intervenções está ligada ao conceito de heterotopia de Foucault (1984), segundo o qual certos espaços funcionam como realidades alternativas que desafiam e destabilizam a ordem dominante — tornando as paredes heterotopias visuais de contestação, experimentação e criação de novos sentidos. Como observa Debord (1967), a cidade-espetáculo é reconfigurada por práticas que escapam ao controlo institucional, tornando visível a constante luta pela definição do espaço público.

Desta forma, a parede urbana, compreendida como extensão da página, suporte visual privilegiado e espaço de contestação, evidencia-se como território de experimentação coletiva e confronto simbólico. É neste palimpsesto vivo que o design gráfico, a arte urbana e as práticas ativistas se cruzam, dialogam, disputam e reinventam o quotidiano, promovendo formas plurais de interação, apropriação e produção de sentido no espaço público contemporâneo.

2.4 A HISTÓRIA DO CARTAZ COMO FERRAMENTA DE CONTESTAÇÃO

O cartaz, enquanto meio de comunicação visual, desempenha um papel central na história dos movimentos de protesto e da mobilização social. Desde o final do século XIX, com a chegada da litografia¹² e da cromolitografia¹³, o cartaz moderno emergiu como resultado direto das novas técnicas de reprodução gráfica, permitindo a produção de mensagens visuais acessíveis e impactantes, em

¹² Técnica de impressão que usa o princípio da repulsão entre água e gordura, com um desenho feito com uma substância gordurosa sobre uma pedra calcária especial em que, graças a um tratamento químico, só a área desenhada vai reter a tinta, que depois vai ser transferida para o papel.

“litografia”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2025

¹³ Processo pelo qual se imprimem, por meio da litografia, desenhos em muitas cores.

“cromolitografia”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2025

larga escala. Inicialmente associado à promoção de produtos e espetáculos, o cartaz rapidamente se converteu num instrumento de propaganda ideológica e política, tornando-se num elemento propulsor da mobilização social e um documento histórico das lutas de diferentes povos (Heller, 2009).

Durante o século XX, o cartaz consolidou-se como ferramenta de resistência visual em contextos de guerra, revolução e contestação política. Nas duas Guerras Mundiais, por exemplo, cartazes como “I Want You” de James Montgomery Flagg (figura 2) e “We Can Do It!” de J. Howard Miller (figura 3) tornaram-se ícones da comunicação de massas, utilizados tanto para mobilizar soldados como para galvanizar o apoio popular.



FIGURA 2_ “I Want You For U.S. Army”
James Montgomery Flagg (1917)
Imagem retirada de <https://americanart.si.edu>



FIGURA 3_ “We Can Do It!”
J. Howard Miller (1942)
Imagem retirada de <https://americanart.si.edu>

Paralelamente, movimentos revolucionários e períodos de intensa convulsão social, como Maio de 1968 em Paris, recorreram ao cartaz como arma de luta e de denúncia. O Atelier Populaire¹⁴ (figuras 4, 5 e 6), coletivo de artistas e estudantes, produziu cartazes anónimos e de baixo custo, concebidos para serem afixados nas ruas e fábricas, reforçando a ideia de que o cartaz deve estar “no centro do conflito” e não ser reduzido a objeto decorativo (Atelier Populaire, s.d.).

¹⁴ “On May 16th, art students, painters from outside the university and striking workers decided to permanently occupy the art school in order to produce posters that would “give concrete support to the great movement of the workers on strike who are occupying their factories in defiance of the Gaullist government”. The posters of the ATELIER POPULAIRE were designed and printed anonymously and were distributed for free.” (Atelier Populaire, s.d.)



FIGURA 4_ Atelier Populaire
Fotografia de Philippe Vermès (1968)
Imagem retirada de <https://www.printmag.com>



FIGURA 5_ Serigrafia no Atelier Populaire
Fotografia por Philippe Vermès (1968)
Imagem retirada de <https://www.printmag.com>



FIGURA 6_ Serigrafia no Atelier Populaire
Fotografia por Philippe Vermès (1968)
Imagem retirada de <https://www.printmag.com>

A partir da década de 1960, o cartaz tornou-se símbolo dos movimentos estudantis, das lutas pelos direitos civis e dos protestos contra as guerras, recorrendo a uma linguagem gráfica ousada, tipografia expressiva e imagens de forte carga simbólica. Coletivos como os Grapus e designers como Tibor Kalman (figura 7) utilizaram o cartaz e o design gráfico como meios de subversão política, desconstruindo padrões visuais tradicionais e promovendo uma estética de resistência e provocação (Poynor, 2003). Como destaca Poynor (2003), o cartaz foi uma das formas mais eficazes de comunicação gráfica para movimentos de resistência no século XX, não apenas pela mensagem transmitida, mas pela sua acessibilidade e inserção direta no espaço urbano.

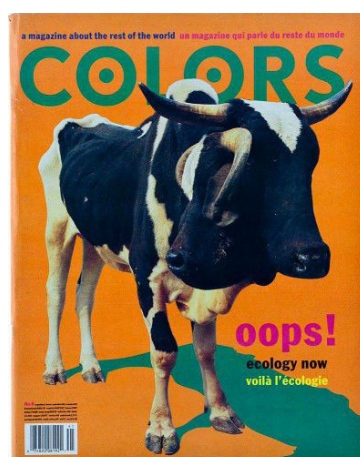


FIGURA 7_ Capa nº6 para revista Colors.
Tibor Kalman e Scott Stowell (1994)
Imagem retirada de <https://pt.pinterest.com>

O cartaz distingue-se de outros meios de comunicação pela sua capacidade de síntese e pelo impacto imediato no espaço público. A sua presença nas ruas transforma o ambiente urbano num campo de batalha visual, onde mensagens de protesto, *slogans* e imagens disruptivas desafiam a ordem estabelecida e questionam normas sociais e políticas (Heller, 2009). O design gráfico ao utilizar cores fortes, tipografia marcante e referências históricas, procura provocar, incomodar e captar a atenção do público, estimulando a reflexão crítica e a participação cívica. Cartazes criados e partilhados online são impressos e colados nas ruas, evidenciando a convergência entre suportes físicos e digitais e o potencial do design gráfico contemporâneo para amplificar vozes dissidentes (Heller, 2009).

No contexto urbano contemporâneo, o cartaz e a pixação destacam-se como formas de resistência visual e intervenção social, operando em territórios simbólicos muitas vezes sobrepostos, mas com trajetórias e estatutos distintos. Ambos desafiam a ordem do espaço público, mas diferem na aceitação social, nos processos criativos e no grau de institucionalização. O design gráfico, ao apropriar-se de linguagens visuais inovadoras, explora a força da tipografia, da cor e da composição para transmitir mensagens de contestação e urgência (Nascimento, 2015; Poynor, 2003).

O design desconstrutivo, em particular, parece aproximar-se da estética da pixação ao adotar tipografia crua, cores agressivas e uma organização visual deliberadamente desordenada. A assimilação da rebeldia visual pelo mainstream revela como elementos subversivos podem ser apropriados e ressignificados pelo sistema, desde que enquadrados em locais aprovados, contextos autorizados e esteticamente legitimados (Poynor, 2003).

2.5 A PIXAÇÃO COMO NARRATIVA INSURGENTE

A pixação¹⁵ emerge como um gesto gráfico radical de insurgência urbana, ligado às contradições sociais e espaciais de São Paulo. Teve origem nos últimos anos da ditadura militar brasileira – um período caracterizado pela censura severa, repressão política e bloqueio dos canais institucionais de expressão, especialmente para os jovens das periferias. Nesse contexto, o muro é reconfigurado como um suporte polissémico de comunicação política e existencial, onde se manifesta o direito à existência, à denúncia e à resistência (Nascimento, 2015). Wainer e Oliveira (2010) sublinham esta origem ao afirmar que a pixação não nasce enquanto arte, mas sim como grito – uma emergência simbólica crua e urgente, que encontra na cidade um espaço para expressar vozes silenciadas.

A pixação constrói-se enquanto linguagem visual que opera à margem dos sistemas formais de comunicação e desafia os princípios do design gráfico convencional e das estruturas de poder que regulam o espaço urbano (Nascimento, 2015; Müller-Brockmann, 1981). Esta linguagem é um código intencionalmente cifrado, desenvolvido por jovens das periferias como forma de resistência simbólica e afirmação identitária. A sua complexidade gráfica funciona como barreira comunicacional que simultaneamente protege o conteúdo e o destaca (Nascimento, 2015).

Fachadas de edifícios, pontes e viadutos, pela sua escala e visibilidade, tornaram-se verdadeiros símbolos de conquista simbólica. A escalada (figura 8) e a intervenção em superfícies de difícil acesso não constituem apenas um espetáculo visual, mas desenham um ritual coletivo que legitima o estatuto dos praticantes no seio da comunidade pixadora. Medeiros (2018) afirma que o prestígio entre os pixadores deriva sobretudo do risco e da ousadia do ponto alcançado, uma hierarquia simbólica que valoriza o domínio do espaço e a coragem que este exige. Este gesto subverte diretamente o discurso hegemónico que regula a produção e uso do espaço urbano. A disputa transcende a mera apropriação da superfície, trata-se de uma luta pelo direito à narrativa e à representação na cidade (Lefebvre, 1991). A pixação assume-se, assim, como uma narrativa insurgente que não constitui apenas um fenómeno estético, mas um discurso visual que reconfigura os sentidos e tensões da paisagem urbana (Lippard, 1997; Nascimento, 2015).

¹⁵ Pixação com “X” representa o movimento, pichação com “CH” representa o ato criminal perante a lei. (KASTROF, 2025)



FIGURA 8_ Sequência de escalada
Imagens fornecidas por KTASTROF

Debord (1967), na sua crítica da sociedade do espetáculo, alerta para o modo como o espaço público é manipulado para ocultar as relações reais de poder. A pixação é uma contestação radical dessa lógica, recusando a submissão ao domínio do espaço e criando, por isso, espaços heterotópicos de existência. Foucault (1984) definiu as heterotopias como espaços “outros” que funcionam em oposição ou como alternativa ao espaço dominante. A pixação é exemplo paradigmático de prática heterotópica – uma expressão simultaneamente resistente e ameaçada, que revela as tensões urbanas contemporâneas. A sua recusa em ser institucionalizada, a invisibilidade dos autores e a rejeição das normas oficiais da arte e comunicação reforçam a sua condição de narrativa insurgente, irredutível à domesticação simbólica.

Assim, o pixo¹⁶ assume-se como uma escrita paralela e autóctone¹⁷, produzindo uma linguagem de resistência que desafia a ordem gráfica vigente e consagra a dissidência enquanto prática política e estética (Chastanet, 2021).

2.5.1 ESTILO E LINGUAGEM GRÁFICA DA PIXAÇÃO

O estilo gráfico da pixação constitui um sistema reconhecível e codificado, caracterizado por letras estreitas, verticais, angulares e visualmente densas. Esta morfologia estética resulta de uma evolução coletiva que absorve estratégias visuais heterogêneas: alfabetos históricos, logótipos culturais underground, grafismos tribais e expressões oriundas do universo musical alternativo, como *punk* e *heavy metal*, são reinterpretados num gesto regressivo e simultaneamente inovador (Townes, 2014). Estas características distanciam a pixação das formas que sofreram absorção institucional e foram apropriadas pelo mercado da arte e pela publicidade.

O documentário “Pixo” (Wainer & Oliveira, 2010) revela como este estilo se converte numa assinatura coletiva e individual: cada nome pixado representa uma marca pessoal que se insere num sistema que valoriza a repetição obsessiva e o reconhecimento entre pares. Mais do que uma ocupação visual, estas inscrições constituem afirmações identitárias que desafiam a invisibilidade social e cultural a que os seus autores têm sido historicamente relegados. Este sistema gráfico é regulado internamente — existem hierarquias visuais explícitas e tácitas¹⁸, limites na sobreposição das inscrições e reconhecimento pela dificuldade técnica e pela ousadia do local escolhido (Nascimento, 2015). O corpo do pixador manifesta-se diretamente na obra final, indicando a presença do sujeito como testemunha e agente do ato, numa simbiose entre corpo, risco e traço.

A legibilidade, enquanto princípio do design gráfico moderno, é associada à clareza, funcionalidade e neutralidade comunicacional (Müller-Brockmann, 1981). Em contrapartida, a pixação articula uma recusa consciente a estes princípios, privilegiando uma ilegibilidade estratégica. Esta ausência de legibilidade não corresponde a falta de sentido, mas constitui uma barreira protetora da autonomia visual e simbólica da prática. No entanto, apesar da recusa da legibilidade tradicional, os caracteres da pixação (figura 9) apresentam semelhanças estruturais com o nosso alfabeto bem como parâmetros de coerência e família, o que, paradoxalmente, possibilita a descodificação da mensagem (Medeiros, 2018; Crow, 2016). Apesar da aparência inicialmente ilegível, o observador atento e familiarizado com os códigos da prática consegue identificar e interpretar esses símbolos garantindo a transmissão do conteúdo visual e simbólico no que é visto como um caos da metrópole (Medeiros, 2018).

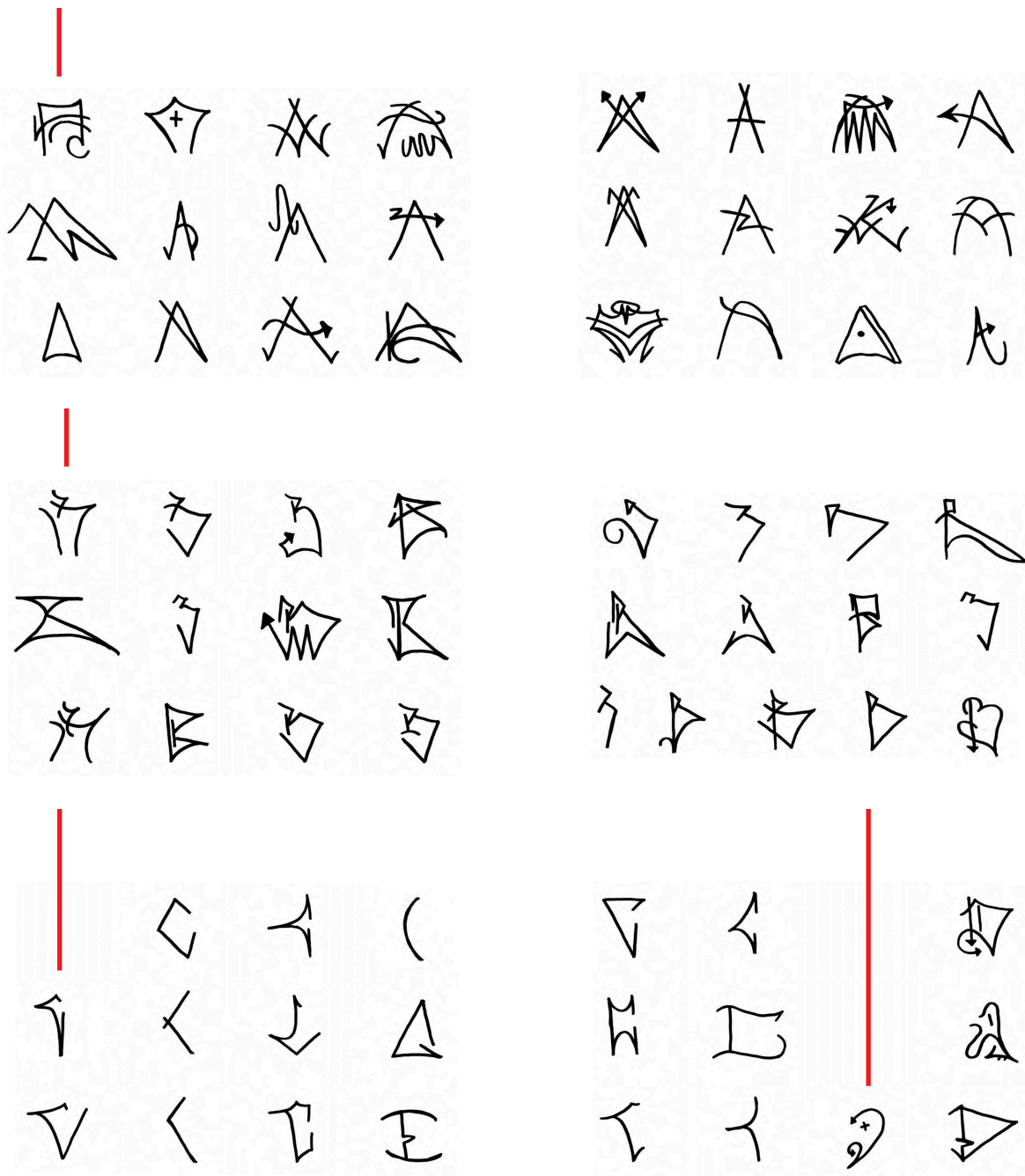
¹⁶ “(...) a “pixação”, escrita com “x”, oriunda do Movimento Pixo, um fenómeno urbano que nasceu na cidade de São Paulo que reivindica seu caráter de movimento artístico, dotado de um estilo único e um visual específico, diferenciando-se das demais pichações encontradas pelo mundo.” (Nascimento, 2015, p. 18)

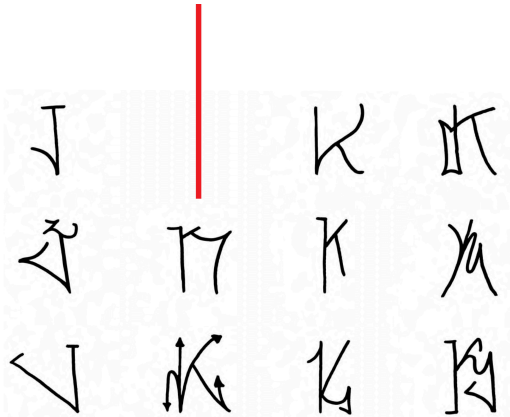
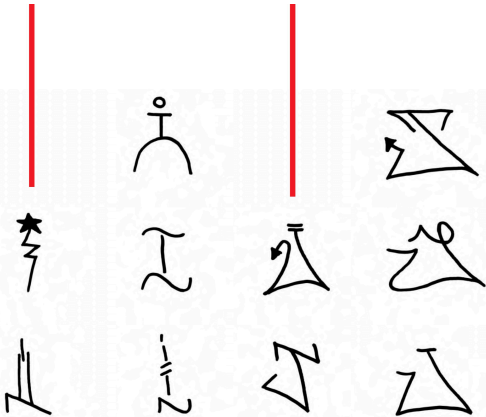
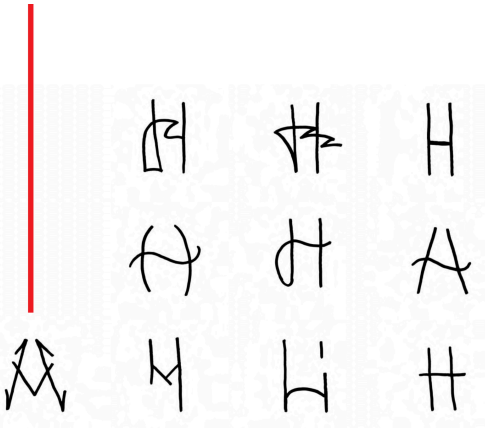
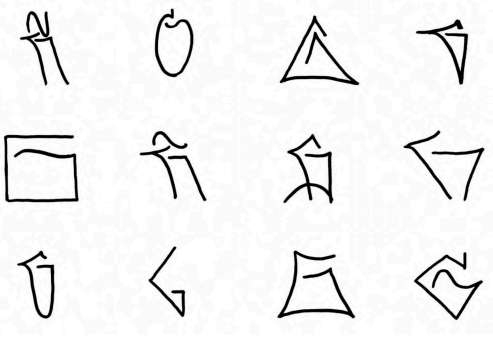
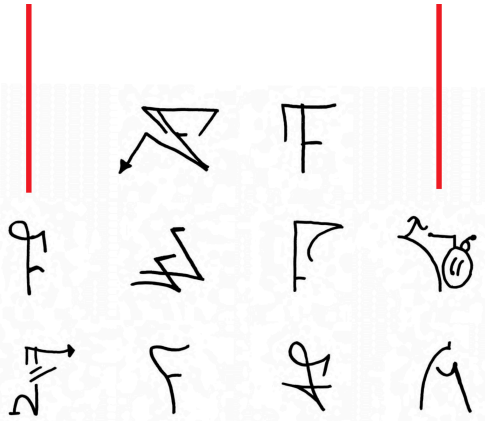
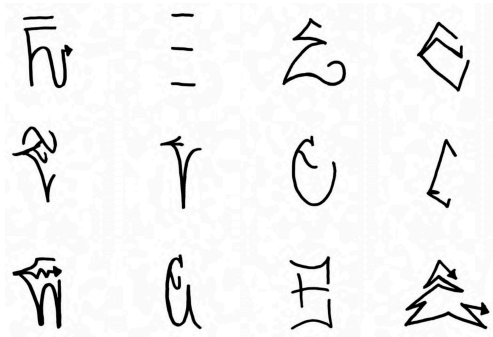
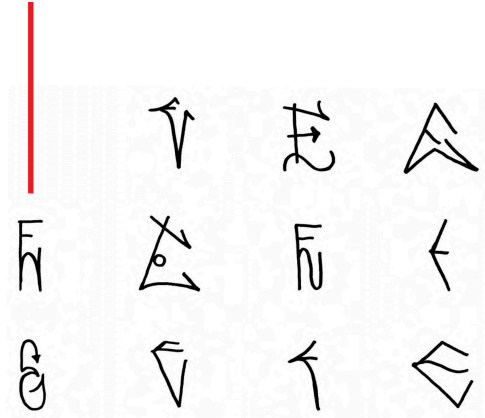
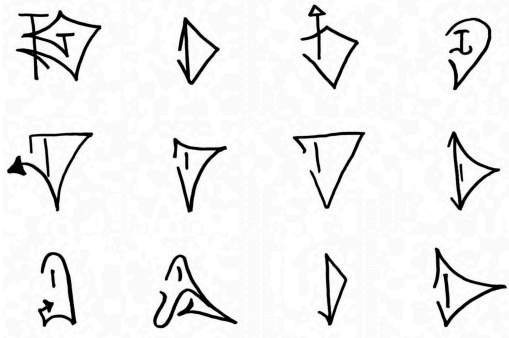
¹⁷ Que pertence ao povo natural de um território “autóctone”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2025

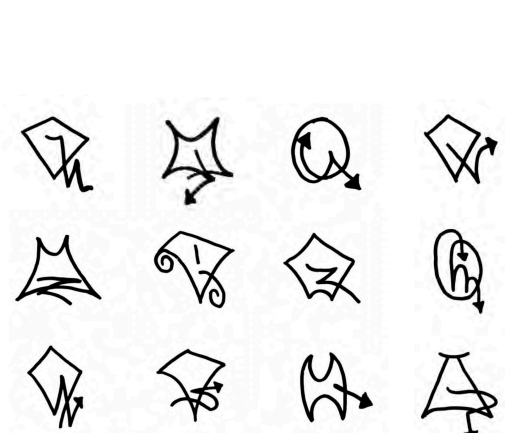
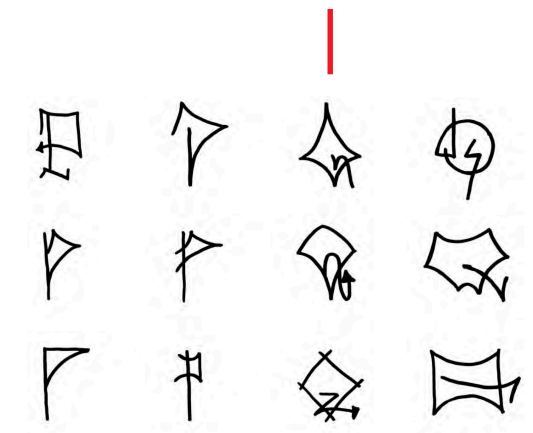
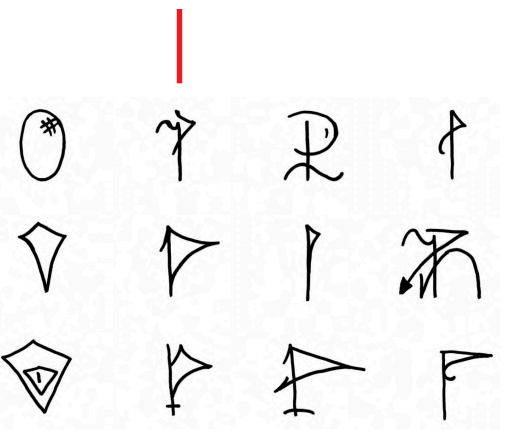
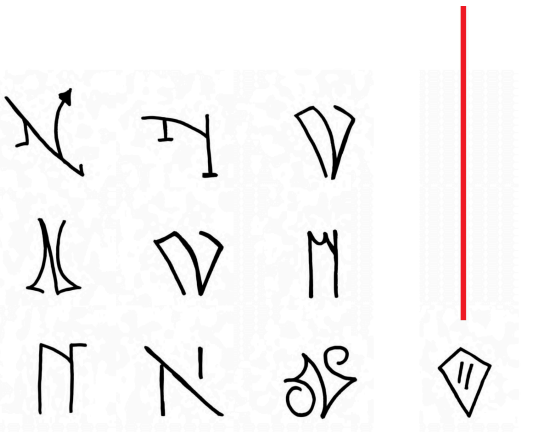
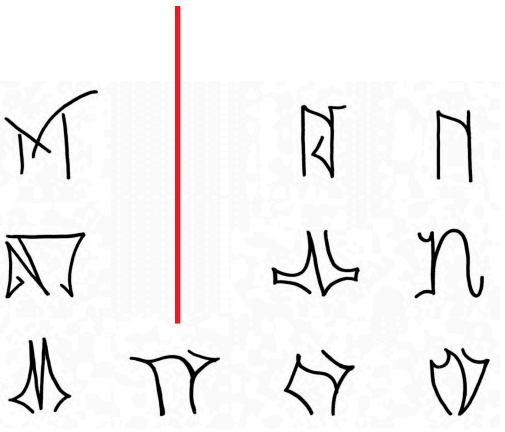
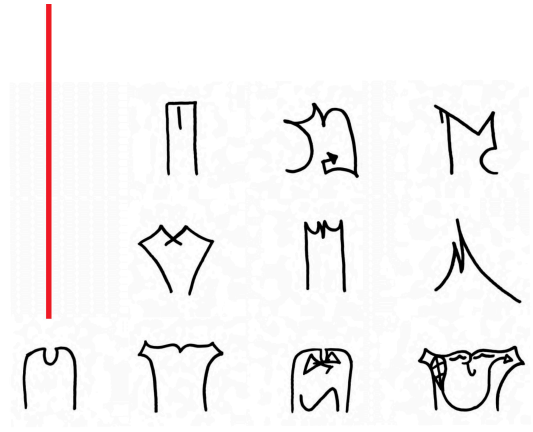
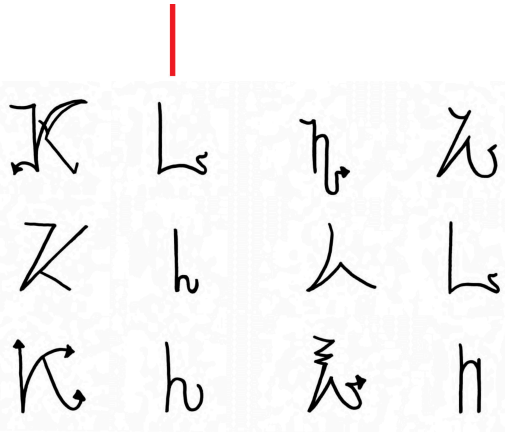
¹⁸ Que não está declarado, mas que se subentende “tácita”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2025

Crow (2016) destaca que a legibilidade integra a comunicação no sistema normalizado da cidade, facilitando o consumo e a incorporação da mensagem no espaço público. A pixação, ao excluir intencionalmente o espectador externo comum, subtrai-se à política publicitária e ao circuito artístico dominante. Chastanet (2007) reforça que a ilegibilidade é, paradoxalmente, uma forma de visibilidade rebelde - um ruído visual que quebra a ordem, atrai o olhar e a atenção, mas exige compromisso interpretativo e conhecimento cultural reservado.

Neste sentido, a pixação recusa a cidade legível e transparente, propondo uma economia do olhar que privilegia a presença física, o gesto performativo e a exclusividade de leitura, contrariando a lógica da comunicação facilitada e aberta. Esta ação desafia o espaço público regulado em termos de legibilidade e circulação simbólica, desorganizando essa ordem e criando novas formas ricas de visualidade (Nascimento, 2015; Lefebvre, 1991).







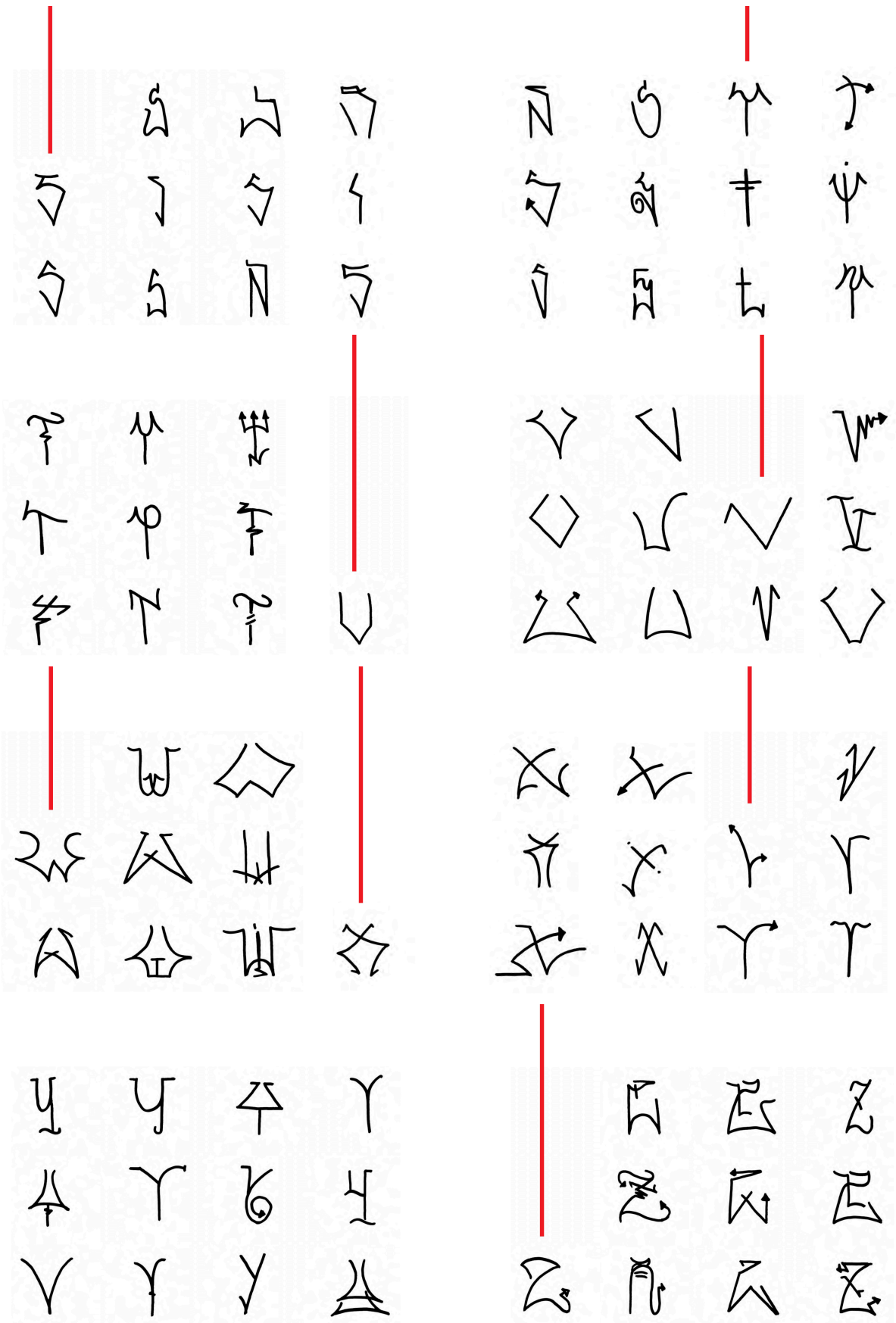


Figura 9_ Alfabeto da pixação.
Imagem retirada do livro Ttsss___ A Grande Arte Da Pixação Em São Paulo, Brasil (2006)

2.5.2 A PIXAÇÃO COMO PRÁTICA DE CONTESTAÇÃO

Mais do que um ato estético, a pixação constitui-se como uma prática de contestação enraizada na rejeição do modelo urbano neoliberal e nas dinâmicas estruturais de exclusão que condenam as periferias à invisibilidade social e simbólica.

O documentário “Pixo” (Wainer & Oliveira, 2010) evidencia o confronto da prática, evidenciando que a presença policial, o risco de detenção e a constante perseguição legal moldam profundamente a experiência do pixador, convertendo cada traço num ato de coragem e resistência. Esta contestação assume um carácter material e simbólico, reconhecendo que a cidade não constitui apenas espaço físico, mas também palco e objeto da luta pelo reconhecimento e pela dignidade (Medeiros, 2018).

Inspirando-se na crítica situacionista de Debord (1967), esta prática interrompe o sistema do espectáculo urbano, restituindo ao espaço público o papel de palco dialógico, onde os sujeitos marginalizados inscrevem memórias e narrativas plurais. O nome deixado numa parede torna-se arma simbólica contra o apagamento social e político, afirmando a multiplicidade das existências urbanas e desafiando o monopólio do significado instituído pelo Estado e por agentes privados. Inspirando-se na crítica situacionista de Debord (1967), a pixação interrompe o sistema do espectáculo urbano, restituindo ao espaço público a função de palco de diálogos, onde sujeitos marginalizados inscrevem memórias e narrativas plurais

Esta resistência organizada, que nunca procurará a aprovação ou legitimação institucional, é simultaneamente denúncia e celebração da existência em espaços que lhes foram negados, reiterando o trabalho diário de desafiar as políticas de exclusão. Para os pixadores, as superfícies urbanas – muros, pontes, fachadas – não são apenas suportes estáticos, mas espaços vivos de comunicação, saber, identidade e conflito (figura 10) (Nascimento, 2015; Lefebvre, 1991). Esta intervenção desencadeia um processo de ressignificação da cidade, criando circuitos paralelos de memória, visibilidade e alteridade¹⁹. Medeiros (2018) argumenta que a pixação institui uma linguagem gráfica de resistência, oferecendo uma alternativa aos espaços hegemónicos da comunicação visual, representando experiências, estéticas e temporalidades excluídas.



¹⁹ Qualidade do que é outro ou do que é diferente.

“alteridade”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2025





Figura 10_ Pixações feitas por KTASTROF
Imagens fornecidas por KTASTROF

Este processo articula-se com a arquitetura e o corpo da cidade, que não é apenas cenário, mas também ator desta negociação permanente. Nascimento (2015) destaca que pixar é, simultaneamente, escalar, apropriar e subverter o espaço; são gestos corporais que dão nova vida e significado ao urbano, expandindo o conceito contemporâneo de design gráfico para além dos circuitos institucionais e comerciais.

2.5.3 O CARTAZ E A PIXAÇÃO

No espaço urbano, tanto o cartaz como a pixação transformam as superfícies da cidade em arenas de disputa simbólica. O cartaz, ao ser afixado em locais de grande circulação, atua como extensão do espaço público, tornando visíveis as tensões sociais e políticas do momento e criando identidade coletiva. Por sua vez, a pixação, ao inscrever-se diretamente nas paredes e fachadas, cria uma presença disruptiva e permanente, desafiando as fronteiras entre arte, vandalismo e ativismo. Ambas as práticas dialogam com o conceito de heterotopia de Foucault (1984), pois ao intervir no espaço público criam “*Des espaces autres*” dentro da cidade, realidades alternativas que questionam a ordem dominante e oferecem novas formas de experiência urbana. O cartaz, ao ser legitimado e institucionalizado, pode ser apropriado pelo sistema, mas mantém seu potencial subversivo quando explora linguagens gráficas radicais ou conteúdos contestatórios. A pixação, por sua vez, permanece como forma de resistência marginal, cuja força reside na recusa da autorização e na afirmação de uma identidade coletiva periférica (Lippard, 1997).

No contexto urbano, o cartaz funciona como uma extensão do espaço público, uma tela onde tensões sociais e políticas se tornam visíveis e debatidas. Como sugere McLuhan (1964), “*the medium is the message*”, e o espaço urbano torna-se o veículo pelo qual o cartaz comunica suas ideias. As ruas e paredes das cidades, invadidas por cartazes de protesto, transformam-se em meios de contestação, enquanto manifestações gráficas como a pixação ampliam essa contestação, alterando ainda mais a paisagem urbana. Sob essa ótica, o paralelo entre o cartaz e a pixação evidencia como o design gráfico, ao apropriar-se de linguagens visuais subversivas, pode tanto desafiar quanto ser assimilado pelo *mainstream*. A pixação, enquanto prática marginal, mantém-se como expressão autêntica de resistência urbana, enquanto o cartaz, ao circular entre o protesto e a instituição, revela a complexidade das dinâmicas de poder e legitimação no espaço público (Nascimento, 2015; Poynor, 2003; Heller, 2009). Ambos, contudo, reafirmam o potencial do design e da intervenção gráfica como agentes de transformação social e cultural na cidade contemporânea (Lefebvre, 1991).

No contexto da publicidade, a dimensão do design gráfico na cidade assume um papel dual e ambíguo. O design é frequentemente instrumentalizado como mecanismo de persuasão dentro do capitalismo, convertendo o espaço público numa plataforma para interesses comerciais e corporativos. A publicidade, materializada em cartazes e outras formas visuais, funciona como um dispositivo de controlo simbólico, regulando desejos e estabelecendo normas de consumo que reforçam hierarquias e desigualdades (Pater, 2021).

Essa transformação do espaço urbano em palco de publicidade contrasta com as práticas subversivas da pixação, já que enquanto o cartaz publicitário procura a adesão massiva e legitima o sistema capitalista, a pixação recusa essa lógica e afirma uma identidade periférica e marginal. O design gráfico publicitário, portanto, representa a face institucionalizada e economicamente integrada da intervenção visual urbana, onde a hegemonia simbólica se exerce por meio da saturação visual e do apelo constante ao consumo. (Heller & Ilic, 2012).

O design desconstrutivo, caracterizado pela fragmentação da estrutura, pela sobreposição de elementos, pela manipulação radical da tipografia e pela recusa das diretrizes tradicionais de clareza e ordem, pode ser entendido como uma institucionalização da rebeldia visual. Muitos cartazes contemporâneos adotam esta linguagem para evocar uma sensação de urgência, caos e radicalidade, aproximando-se da estética da pixação, mas sem sofrer o mesmo grau de criminalização (Poynor, 2003). Esta corrente do design rompe com a ordem visual tradicional

(Müller-Brockmann, 1981), criando uma espécie de “pixação aceite” dentro do universo gráfico institucional (Nascimento, 2015; Poynor, 2003). Elementos visuais como a tipografia fragmentada, a composição assimétrica, a sobreposição de imagens e a recusa de hierarquias rígidas tornam-se estratégias para desafiar as convenções estabelecidas e para provocar o olhar do público (Poynor, 2003). Assim, aquilo que na pixação é marginalizado e criminalizado, no cartaz desconstrutivo é apropriado como tendência estética e valorizado em ambientes culturais e comerciais. Esta assimilação sugere que a rebeldia visual pode ser absorvida pelo *mainstream*, desde que respeite certas convenções institucionais e contextuais, demonstrando que o meio influencia profundamente a significação da mensagem (McLuhan, 1964).

A aceitação social do cartaz contrasta fortemente com a criminalização da pixação. O cartaz, peça gráfica com longa associação a movimentos políticos, sociais e culturais, desempenha um papel fundamental na comunicação de ideias e na mobilização no espaço urbano. Ao contrário da pixação, frequentemente tratada como vandalismo, o cartaz é amplamente aceite como forma legítima de expressão. Essa aceitação deve-se à legibilidade e à estética controlada, que favorecem a clareza da mensagem e alinham-se com as convenções visuais estabelecidas (Crow, 2016). Além disso, a temporalidade reversível do cartaz — que pode ser facilmente removido — contribui para sua tolerância, enquanto a pixação é vista como intervenção permanente (Medeiros, 2018). Outro fator importante é a autorização institucional e o patrocínio cultural: muitos cartazes de protesto são incorporados em museus, galerias e exposições, o que lhes confere estatuto de objeto artístico ou documental e reforça sua legitimidade, acabando por se tornar institucionalizados (Poynor, 2003). Em contrapartida, a pixação opera fora dessas estruturas, desafiando normas de apropriação do espaço urbano e reivindicando um direito à cidade negado pelas diretrizes do planeamento e desenvolvimento das cidades (Chastenet, 2021; Medeiros, 2018).

2.6 HETEROTOPIAS: ESPAÇOS DE RESISTÊNCIA E SUBVERSÃO

O conceito de heterotopia, Foucault (1984), não se limita a descrever espaços marginais na sua função física, evidencia zonas de fricção onde se suspendem as lógicas dominantes. As heterotopias, nesse sentido, são espaços críticos e contestatórios, capazes de instaurar fissuras no tecido urbano e de propor experiências alternativas de socialização, visibilidade e apropriação do espaço. Este carácter subversivo torna o conceito particularmente relevante para compreender como o design gráfico e a pixação se manifestam como práticas visuais insurgentes na cidade contemporânea.

Nos exemplos históricos evocados por Foucault (1984), como prisões, museus ou cemitérios, a heterotopia revela-se como zona de tensão entre regulação e desvio. Transposto para o campo urbano e estético, percebe-se que as práticas gráficas insurgentes — desde cartazes de protesto até inscrições clandestinas — criam lugares intermédios, que interrompem o fluxo homogéneo das marcas, da publicidade e da sinalização institucional, inserindo nos interstícios da cidade uma comunicação de contra-poder. Tal como observa Poynor (2003), o design gráfico, quando se desliga da lógica mercantil, transforma-se num “meio de resistência” que não só informa, mas interpela e desafia diretamente a esfera pública.

Movimentos de design gráfico como o Grapus (França, anos 1970-90) ou o coletivo Ne Pas Plier demonstram como a prática do design pode criar heterotopias visuais, deslocando mensagens políticas e sociais diretamente para a paisagem urbana. Estas produções trouxeram para os cartazes, murais e sinalizações alternativas uma estética dissonante face aos códigos comerciais, transformando o espaço público num campo de disputas visuais. Tais ações não criaram apenas objetos gráficos, mas espaços de dissenso que materializavam a crítica social de forma comunicacional, constituindo assim contra espaços efetivos no quotidiano das cidades (Foucault, 1984; Lefebvre, 1991; Heller, 2009).

Por outro lado, a pixação aparece como exemplo paradigmático do potencial heterotópico das linguagens não oficiais. A escrita dos pixadores — verticalizada nas fachadas, proliferante em

viadutos, repetida como assinatura coletiva — não se limita a ornamentar ou comunicar mensagens explícitas. Pelo contrário, converte a própria cidade numa tela de resistência, instaurando uma estética dissonante cujo impacto não reside na legibilidade imediata, mas na sua disrupção visual e simbólica (Veit & Alamber, 2009). Contrariamente ao design gráfico, que ainda dialoga de alguma forma com a esfera institucional, a pixação coloca-se na posição extrema da heterotopia de desvio: ao escapar completamente ao reconhecimento oficial e desafiar as normas jurídicas, estéticas e institucionais, ela assume-se como linguagem insurgente que destabiliza os discursos legitimados do espaço urbano.

Enquanto o design reinscreve discursos alternativos em diálogo com a esfera pública, a pixação materializa a impossibilidade desse diálogo, representando uma visualidade do confronto. Nestes termos, pode-se dizer que o design gráfico cria heterotopias de experimentação, onde se testam novas formas de expressão, enquanto a pixação cria heterotopias radicais, que forçam o espaço da cidade a acolher a diferença pela via do excesso, da proliferação e da transgressão (Foucault, 1984; Nascimento, 2015; Lefebvre, 1991).

Assim, tanto o design gráfico quanto a pixação demonstram que a produção de comunicação visual é também a produção de espaços de resistência, onde a ordem urbana é posta em causa. Estes espaços não são residuais, mas centrais na dinâmica da cidade contemporânea, pois revelam que o urbano é continuamente refeito a partir dos gestos gráficos que reconfiguram superfícies, temporalidades e modos de visibilidade (Lefebvre, 1991). A heterotopia, sob esta perspectiva, deixa de ser apenas um conceito abstrato para tornar-se categoria concreta de análise das práticas visuais que transformam o espaço público em palco de conflitos simbólicos, políticos e sociais (Foucault, 1984).

2.6.1 O CONCEITO DE HETEROTOPIA EM MICHEL FOUCAULT

Michel Foucault, na conferência *Des espaces autres* (1984), propõe o conceito de heterotopia para designar espaços “outros”, reais e concretos, que coexistem com os lugares quotidianos da sociedade, mas que operam de forma distinta, instaurando lógicas desviantes, inversões de significado e formas alternativas de organização. Diferentemente das utopias — espaços irreais e de projeção idealizada —, as heterotopias fazem parte integrante da estrutura urbana e social, mas, paradoxalmente, instauram contra espaços que tanto refletem como contestam a ordem existente, não espelham apenas a sociedade, mas criam novas formas de experiência e representação, frequentemente em oposição à ordem estabelecida. No contexto urbano, as paredes transformadas pelo design gráfico ou pela pixação configuram-se como exemplos paradigmáticos de heterotopias visuais.

O mesmo autor (1984) sublinha que todos os grupos humanos produzem heterotopias, mas estas assumem funções diferentes segundo o momento histórico e o contexto cultural. Numa primeira distinção, as sociedades ditas “primitivas” organizavam sobretudo heterotopias de crise — espaços reservados a estados liminares, como a adolescência, a menstruação, o casamento ou a morte. Já as sociedades modernas tendem a constituir heterotopias de desvio, destinadas a acolher pessoas que se afastam das normas dominantes, como prisões, manicómios ou lares (Foucault, 1986). Estes espaços não são marginais, mas elementos estruturantes que funcionam como dispositivos simbólicos de regulação e resistência.

Foucault (1984) descreve as heterotopias como espaços capazes de reunir realidades distintas e, ao mesmo tempo, funcionar como contra espaços que questionam e desafiam as normas sociais estabelecidas. No caso da cidade, as paredes cobertas por manifestações gráficas tornam-se espaços de passagem e de disputa, onde a experiência do comum é constantemente reconfigurada. Estas superfícies, longe de serem apenas suportes físicos, adquirem uma centralidade simbólica na vida urbana, funcionando como territórios de resistência, experimentação e negociação de sentidos.

Para descrever o seu funcionamento, Foucault (1984) apresenta seis princípios fundamentais. As heterotopias, em primeiro lugar, são universais, mas assumem múltiplas formas, cada cultura

tem a sua própria forma de criar e organizar espaços que funcionam como heterotopias. Em segundo lugar, a sua função é mutável no tempo: a mudança do cemitério do centro para as periferias urbanas, nos séculos XVIII e XIX, é um exemplo de como um mesmo espaço altera o seu valor simbólico ao longo da história. Em terceiro lugar, as heterotopias têm a capacidade de justapor lugares incompatíveis, como o cinema e o teatro, que sobre um espaço limitado projetam múltiplos mundos.

No quarto princípio, introduz a dimensão do tempo como elemento essencial: as heterotopias são também heterocronias. Alguns espaços funcionam como lugares de acumulação temporal, nos quais se procura reunir todos os tempos num só — como bibliotecas e museus, arquivos que desafiam a cadência da vida e tentam fixar a eternidade no presente. Outros, em contrapartida, estão ligados ao efêmero e ao transitório, como feiras, festivais ou parques de diversões, que concentram temporalidades intensas, mas limitadas. A heterotopia, assim, não se compreende apenas pelo espaço, mas pela tensão com a temporalidade que organiza: pode acumular e eternizar, ou dissolver-se na festa e no instante fugaz.

O quinto princípio descreve a existência de sistemas de abertura e fechamento, através dos quais esses espaços instauram uma permeabilidade parcial: não são inteiramente acessíveis como as ruas, exigindo rituais de entrada, permissões, exclusões, ou simulando acessos que apenas confirmam a exclusão. Por fim, a sexta característica mostra como as heterotopias desempenham sempre uma função relacional com os outros espaços: umas operam como lugares de ilusão, revelando a falsidade dos espaços do poder; outras como lugares de compensação, onde se institui uma ordem perfeita em contraste com o caos exterior.

Transportando estes princípios para a contemporaneidade urbana, torna-se evidente que práticas de design gráfico contestatório e a pixação configuram heterotopias visuais inscritas no coração da cidade (Foucault, 1984; Nascimento, 2015). Um muro pixado ou coberto de cartazes não é apenas uma superfície física, mas um “espaço outro”, onde temporalidades alternativas se acumulam (Foucault, 1984; Lefebvre, 1991). Quando uma intervenção gráfica se sobrepõe a outra, persistem camadas anteriores, resistindo ao apagamento e inscrevendo no presente uma memória social e política. Assim, cada superfície torna-se uma heterocronia gráfica, um arquivo vivo de tensões, lutas e narrativas insurgentes. A pixação - vista por muitos como ruído caótico - pode ser lida, à luz de Foucault (1984), como uma inscrição temporal de dissidência: um gesto que irrompe no agora, mas que carrega consigo ecos do passado e projeções de novos futuros possíveis (Medeiros, 2018; Wainer & Oliveira, 2010).

Quando uma parede é apropriada, deixa de ser um simples elemento arquitetónico e converte-se num espaço de resistência e produção de novas narrativas. A intervenção gráfica subverte a função original da parede, criando uma “realidade paralela” que desafia a paisagem urbana convencional e propõe alternativas à narrativa hegemónica. Como observa Lippard (1997), a cidade é palco de múltiplas histórias e camadas de significação, e as paredes intervencionadas tornam-se plataformas de debate público e de afirmação de identidades dissidentes²⁰.

Da mesma forma, o design gráfico pode intervir na experiência temporal da cidade - cartazes de protesto ou trabalhos visuais de carácter político não se limitam a interpelar o presente imediato, eles constroem temporalidades alternativas, resgatando vozes silenciadas, reativando memórias coletivas e projetando futuros desejados, o que rompe com a lógica capitalista de aceleração e obsolescência que organiza o espaço urbano (Poynor, 2003).

Neste sentido, a heterotopia urbana não é apenas desorganização espacial. É, sobretudo, suspensão e reinvenção temporal. Cada parede ocupada por grafismos resiste ao tempo homogeneizado do espetáculo urbano (Debord, 1967) e institui, nas superfícies da cidade, uma história paralela: memória escrita a spray ou impressa em papel que dura enquanto for possível resistir ao apagamento. O espaço torna-se, assim, arquivo e palco — real e simbólico — confirmando a ideologia de Foucault de que a heterotopia é simultaneamente rutura e acumulação, contra espaço e contra temporalidade.

²⁰ Que ou quem se separa de um grupo por divergência de opiniões, princípios, comportamentos, doutrinas, etc. “dissidente”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2025

2.6.2 A HETEROTOPIA NO DESIGN GRÁFICO E NA PIXAÇÃO

A conceptualização foucaultiana de heterotopia constitui um terreno fértil para pensar a forma como a pixação e o design gráfico se inscrevem na experiência urbana. Foucault (1984) define as heterotopias como “outros lugares” concretos, nos quais se manifestam ordens simbólicas dissidentes, capazes de produzir sentidos alternativos e contestar a normatividade espacial da vida urbana. Tais espaços operam não apenas na dimensão do desvio, mas também no domínio do tempo, ao funcionarem como arquivos ou espólios de histórias, práticas e memórias que ressoam para lá do momento presente.

Nesta perspectiva, a pixação representa uma heterotopia urbana radical, pois reconfigura zonas de exclusão urbana. Ao ocupar muros e edifícios, os pixadores instauram uma dissonância estética e simbólica que perturba a percepção dominante da cidade e questiona o controle institucional sobre o espaço público (Medeiros, 2018; Wainer & Oliveira, 2010). Cada gesto de inscrição gráfica opera como ato de dissidência, que desafia tanto as normas urbanísticas como os enquadramentos jurídicos e estéticos do poder municipal, criando espaços ambivalentes em que se negociam sentidos, pertencas e temporalidades divergentes (Veit & Alamber, 2009; Wainer & Oliveira, 2010). Segundo Lefebvre (1991), o espaço urbano é produto político e social, sempre em disputa, marcado por confrontos entre tentativas de homogeneização e gestos de apropriação insurgente. A pixação, neste quadro, exemplifica uma forma de intervenção no espaço que atrasa, resiste e reinventa processos de apagamento e mercantilização do território, tornando o urbano num laboratório vivo de ação política, cultural e estética.

A dimensão propriamente temporal da heterotopia—que Foucault identifica como “função de acumulação” ou “espólio do tempo” - é fulcral para ler a cidade como arquivo gráfico dissidente. Os muros pixados acumulam sucessivas camadas de inscrições, marcas de conflito e assinatura coletiva, funcionando, conforme sublinha Lippard (1997), como registros não oficiais das memórias, lutas e vozes apartadas do discurso institucional. A superfície urbana torna-se, assim, heterocronia material: ao resistir à efemeridade imediata da vida contemporânea, a pixação recorda e faz ecoar temporalidades alternativas, projetando o passado insurgente sobre o presente da cidade (Foucault, 1984).

O design gráfico, por sua vez, desempenha papel análogo ao propor narrativas visuais que interrompem a ordem comunicacional estabelecida na cidade. Ao contrário do design institucional—que opera como dispositivo de regulação e controle, alimentando o espetáculo mercantil do espaço público (Debord, 1992), práticas como cartazes de protesto, intervenções críticas e iniciativas de contra publicidade como os Adbusters, deslocam-se para o universo das heterotopias visuais (Poynor, 2003). Essas produções disruptivas introduzem fissuras na paisagem urbana, criando espaços híbridos de experimentação, dissenso e participação cívica, onde se tornam visíveis estéticas e discursos de marginalidade.

Em síntese, o entrelaçamento entre pixação e design gráfico inscreve na cidade camadas de heterotopia que desafiam tanto o poder disciplinador dos códigos urbanos quanto a fugacidade temporal da experiência urbana contemporânea. Essas práticas produzem e ao mesmo tempo são produzidas por um espaço urbano polifônico, onde a luta pela visibilidade se traduz em múltiplas formas de resistência estética, simbólica e política. É exatamente nesta disputa, como ressalta Lefebvre (1991), que se revela o potencial transformador da cidade vivida: arena de apropriação coletiva, arquivo vivo de dissenso e campo aberto para a emergência de sentidos alternativos.

2.6.3 O PAPEL DOS MEDIA NA DIVULGAÇÃO E AMPLIFICAÇÃO DAS HETEROTOPIAS URBANAS

Nas sociedades contemporâneas, os meios de comunicação desempenham um papel estruturante na produção de visibilidade e na circulação de discursos, funcionando como mediadores entre o acontecimento e a esfera pública mais ampla. Ao aplicar esta perspectiva foucaultiana das heterotopias (Foucault, 1984) à comunicação visual urbana, pode-se afirmar que os media não só observam ou documentam práticas subversivas como a pixação ou o design gráfico crítico, mas intervêm diretamente na sua amplificação e ressignificação (McLuhan, 1964; Nascimento, 2015; Heller, S. 2009).

Este processo torna-se ainda mais evidente com a expansão da comunicação digital e das plataformas sociais. McLuhan (1964/2001) afirmava que “o meio é a mensagem”, não é apenas o conteúdo que conta, mas a forma e o meio através dos quais este circula. A circulação de imagens de pixações ou cartazes de caráter contestatório nas redes sociais converte tais inscrições fugazes em objetos permanentes de atenção coletiva, ampliando o seu impacto muito para além do espaço físico em que foram originalmente produzidas. A heterotopia, que antes se configurava como lugar restrito e situado na periferia da legalidade, torna-se expansiva e transnacional, alcançando públicos distantes e diversificados.

Este processo não é, contudo, meramente quantitativo. A amplificação mediática transforma o próprio estatuto simbólico das práticas urbanas subversivas (McLuhan, 1964; Debord, 1967). Uma pixação inscrita num viaduto, por exemplo, adquire um duplo sentido quando circula na media digital: permanece enquanto gesto insurgente localizado, contestando a ordem urbana concreta (Nascimento, 2015; Lefebvre, 1991) mas simultaneamente converte-se numa narrativa global sobre resistência, estética marginal e crítica social (Debord, 1967). Esta duplicidade evidencia como as heterotopias urbanas, quando mediadas digitalmente, se tornam palcos abertos à constante reinterpretação.

Além disso, a midiatização expande a temporalidade das heterotopias urbanas. O que no espaço físico é efêmero — um cartaz arrancado, uma pixação apagada, uma intervenção removida — pode prolongar-se indefinidamente enquanto imagem digital arquivada e partilhada. Tal como os museus e bibliotecas foram descritos por Foucault (1984) como heterotopias de acumulação temporal, as plataformas digitais permitem que a memória destas inscrições se acumule e seja mobilizada em novos contextos, criando uma inédita heterocronia digital. Desta forma, cada heterotopia urbana passa a coexistir em duas camadas temporais: a sua presença física, vulnerável ao apagamento, e a sua permanência digital, resistente ao tempo.

Por outro lado, a circulação mediática também pode produzir ambivalências. Ao mesmo tempo que amplia a visibilidade das práticas subversivas, corre o risco de as absorver e neutralizar na lógica mercantil da comunicação, convertendo a rebeldia em estética de consumo. Esse paradoxo é particularmente visível quando imagens de grafismos contestatórios e pixações são apropriadas por marcas e campanhas publicitárias que retiram delas o seu sentido político. Assim, a media funciona tanto como campo de resistência quanto como espaço de apropriação e reconfiguração, podendo transformar um contra espaço em espetáculo domesticado, como diria Debord (1967).

Assim, parece que os média, sobretudo digitais, ampliam o alcance das heterotopias urbanas (Foucault, 1984; McLuhan, 1964), democratizando o seu acesso e convertendo atos gráficos locais em narrativas partilhadas globalmente. O espaço marginal, clandestino ou periférico, quando tornado visível no ambiente mediático, transforma-se no ponto central da conversa pública, influenciando discursos sociais, políticos e culturais (Lefebvre, 1991; Heller, S. 2009). Dessa forma, o design gráfico subversivo e a pixação deixam de ser práticas confinadas ao espaço físico, adquirindo uma importância acrescida na esfera pública digital, onde continuam a desafiar códigos visuais e a ressignificar a experiência urbana contemporânea (McLuhan, 1964; Foucault, 1984).

2.6.4 A CRIAÇÃO DE HETEROTOPIAS ATRAVÉS DE REALIDADE AUMENTADA

A realidade aumentada (RA) é uma tecnologia que combina o mundo físico com elementos virtuais e que expande as fronteiras físicas da comunicação visual, integrando informações digitais ao ambiente real do utilizador. Ao contrário da realidade virtual, que cria um ambiente totalmente digital que submerge o utilizador, a RA sobrepõe camadas de conteúdo virtual à percepção do mundo real, utilizando dispositivos como *smartphones*, tablets ou óculos específicos (Azuma, 1997). Ao sobrepor camadas virtuais ao mundo físico, a RA possibilita a inserção de significados adicionais nos espaços urbanos, transformando superfícies e ambientes quotidianos em locais de contestação simbólica e resistência estética, complementando a realidade, em vez de a substituir. Esta integração é possível através de câmeras, sensores de movimento e software de processamento que identificam características do ambiente, possibilitando a inserção precisa e interativa de objetos digitais (Azuma, 1997; Menezes, 2011; Hou, 2022).

Quando aplicada ao design gráfico, esta tecnologia transcende a mera intervenção estática e permite expandir as possibilidades de comunicação visual, possibilitando que as intervenções visuais, aparentemente convencionais e estáticas, revelem mensagens ocultas ou ofereçam experiências interativas que alteram a percepção e a relação dos indivíduos com o espaço urbano (Azuma, 1997). Por exemplo, cartazes, fachadas ou murais podem conter conteúdos visuais adicionais que só são perceptíveis através de dispositivos digitais, criando uma experiência estendida e interativa para o observador (Menezes, 2011). Esta capacidade de adicionar camadas simbólicas articula-se com o conceito de heterotopia de Foucault (1984), pois amplia a ideia de “lugares outros” não apenas no espaço físico, mas também no espaço virtual surgindo como um avanço significativo na comunicação visual da cidade contemporânea, amplificando o alcance e a profundidade da contestação urbana. As camadas virtuais adicionadas às intervenções físicas instigam uma dimensão dinâmica e simbólica que desafia as formas tradicionais de interação com o ambiente urbano, transformando a cidade num palco responsivo, onde os significados são continuamente produzidos e negociados (Lefebvre, 1991). Dessa forma, o design gráfico deixa de estar restrito às limitações físicas do espaço para se tornar numa prática multidimensional, em que o virtual e o real coexistem e se transformam em experiências sensoriais e cognitivas ampliadas (Menezes, 2011).

Adicionalmente, ao tornar as intervenções visuais experienciáveis de novas formas, a RA contribui para a criação de uma paisagem urbana complexa e plural (Azuma, 1997; Menezes, 2011; Lippard, 1997), na qual as heterotopias não são apenas espaços materiais de resistência, mas também pontos de encontro e diálogo digitais (Foucault, 1984), entre múltiplas camadas de sentido, culturais, sociais e temporais. Assim, a introdução da realidade aumentada potencializa a função heterotópica do design gráfico, estabelecendo novas relações entre tecnologia, espaço público e práticas estéticas insurgentes (Azuma, 1997; Nascimento, 2015), e convidando os cidadãos a repensar e ressignificar as suas experiências urbanas num contexto cada vez mais mediado e partilhado digitalmente (McLuhan, 1964).

A reprodução e produção de conteúdos em RA envolvem desde a modelagem de objetos digitais em 3D até à programação de *softwares* que permitem a interação e a resposta a comandos do utilizador, criando experiências imersivas e dinâmicas (Hou, 2022). Esse processo tecnológico, aliado à democratização dos dispositivos móveis, amplia o alcance e a possibilidade de utilização da RA na comunicação urbana e no design gráfico insurgente, potencializando a criação de uma paisagem urbana complexa, plural e digitalmente mediada.

Desta forma, a realidade aumentada redefine o espaço urbano contemporâneo não só como um território físico, mas também como um espaço híbrido onde o real e o virtual coexistem e se transformam. O design gráfico, ao incorporar a RA, transcende as suas limitações tradicionais e assume um papel inovador, colaborando para a emergência de novas heterotopias urbanas que desafiam a percepção, a participação e a contestação cidadã dentro da cidade.

2.7 LINGUAGENS NÃO OFICIAIS: DESIGN GRÁFICO E PIXAÇÃO

Segundo Crow (2016), as linguagens não oficiais representam sistemas alternativos de produção visual que escapam ou enfrentam os paradigmas de legitimidade impostos pelas instâncias normativas. O seu traço distintivo é o operar na ambiguidade, na dissidência e na reivindicação de contexto, exibindo códigos que não são universalmente reconhecidos, mas que se afirmam localmente em negociações históricas e culturais.

Crow desenvolve um modelo tripartido para a interpretação crítica destes signos: o reconhecimento imediato—quando o impacto visual provoca surpresa, tensão ou rutura nos padrões; a decifração do código—dependente do conhecimento da gramática interna de cada subcultura ou movimento; a leitura crítica—onde o observador analisa intenções, relações de poder e as condições que levaram à produção e difusão do sinal.

Harari (2015) recorda que o domínio do simbólico é motor da transformação cultural e política: inscrever narrativas divergentes no espaço urbano constrói um campo de batalha semântico, capaz de reorganizar hierarquias e criar pertencimentos. No caso da pixação, como analisam Wainer & Oliveira (2010), o gesto ilegível é arma de identidade coletiva, demarcação de fronteiras simbólicas e tensão deliberada contra a assimilação institucional. Poynor (2003), por sua vez, alinha estas práticas com o *ethos* pós-moderno, recusando transparência, hierarquia e ordem comunicacional única, e intensificando o pluralismo e a sobreposição de sentidos.

As linguagens não oficiais instalam-se no urbano como agentes de complexificação—trabalham sobre o excesso, sobre a densidade, forçando o observador a abandonar rotinas de leitura e participar na negociação ativa dos significados. A cidade contemporânea deve ser analisada como um palimpsesto comunicacional, onde múltiplos regimes de inscrição visual disputam legitimidade e poder sobre o espaço público (Lefebvre, H. 1991). Longe de se apresentar como um cenário neutro, o urbano revela-se terreno de concorrência simbólica, atravessado pelo constante embate entre linguagens gráficas oficiais - produzidas, reguladas e legitimadas por instituições, marcas e dispositivos estatais - e linguagens não oficiais, que operam nas margens, subvertendo e questionando a ordem dominante (Müller-Brockmann, J. 1981; Pater, R. 2021; Heller, S. 2009). O design gráfico, por vezes produzido fora dos circuitos institucionais, também assume o papel de linguagem não oficial na cidade.

O design gráfico, enquanto campo de atuação profissional e território de experimentação simbólica, tem um papel central nesse processo. Crow (2016), em *Visible Signs*, evidencia que a comunicação visual é sempre mediada, sujeita à negociação por atores, contextos e discursos sociais. Cada signo é resultado de encontros entre intenção, contexto, leitura histórica e disputa por autoridade semântica. Ao adaptar a análise semiótica de Saussure e Peirce²¹ ao universo da cidade, Crow (2016) revela que o significado visual não é estático, mas profundamente flexível e plural, dependente das relações entre significante e significado e das tensões entre ordem e ruído.

No espaço urbano, a emergência das linguagens não oficiais instaura fraturas essenciais no tecido visual da cidade. Tais práticas recusam a homogeneidade gráfica e desafiam as tentativas de estabilizar sentidos promovidas pelas narrativas institucionais, tornando visível a multiplicidade e o dissenso. Foucault (1984) conceitua este fenómeno como heterotopia, uma configuração espacial e simbólica que opera a partir da diferença, instaurando regimes alternativos de visibilidade, pertença e produção de sentido.

Lefebvre (1991) reafirma que o espaço citadino não é apenas físico, mas o resultado de um processo social em que interagem práticas, memórias, afetos, conflitos e apropriações diversas. Lippard (1997) observa que as inscrições não oficiais precarizam e pluralizam o espaço, projetando nele identidades, memórias e pertencimentos alternativos à lógica dominante. Dessa forma, o design gráfico não institucional e a pixação constituem inscrições de resistência, reconfigurando a cidade como campo de multiplicidade interpretativa, arquivo de tensões e arena de debate cultural.

²¹ *Pioneiros e investigadores da semiótica. (Mohd. Yakin & Totu, 2014, p. 5)*

2.7.1 O IMPACTO DAS LINGUAGENS NÃO OFICIAIS NA CIDADE

O impacto das linguagens gráficas não oficiais sente-se intensamente em duas dimensões complementares: física e simbólica (Nascimento, 2015; Crow, 2016). No âmbito material, estas intervenções alteram a aparência de fachadas, muros, mobiliário e espaços públicos, transformando-os em suportes visuais de tensões sociais e conflitos latentes (Lefebvre, 1991). Estas marcas visíveis servem como indicadores da presença de vozes divergentes e da contestação ativa à ordem urbana estabelecida (Nascimento, 2015; Lippard, 1997), quebrando a uniformidade imposta e questionando o controlo do espaço (Lefebvre, 1991).

Do ponto de vista simbólico, as linguagens não oficiais criam novas camadas interpretativas que se sobrepõem ao discurso dominante (Pater, 2021; Crow, 2016), configurando verdadeiros arquivos de memória coletiva, resistência e reinvenção constante da cidade. A sua função não é apenas comunicar uma mensagem, mas também perturbar, provocar e suscitar reflexões, abrindo espaço para a emergência de narrativas e subjetividades que, de outra forma, permaneceriam invisíveis (Crow, 2016; Schwarz, 2019).

Estas linguagens introduzem, assim, um desconforto estético e cognitivo que destabiliza as leituras normativas e autorizadas da cidade (Poynor, 2003; Heller & Ilic, 2012), ampliando a pluralidade de vozes presentes no espaço público. Ao manifestarem-se como “arquivos paralelos”, registam histórias e disputas frequentemente ocultas pelo discurso oficial, assegurando que múltiplas memórias e identidades possam coexistir e perpetuar-se na paisagem urbana (Lippard, 1997; Pater, 2021; Lefebvre, 1991).

Essa dinâmica permite que o espaço público recupere o seu potencial como território democrático e plural, onde não é apenas o consenso que prevalece, mas também o conflito, o diálogo e a renegociação permanente dos sentidos (Lefebvre, 1991; Nascimento, 2015). Com isso, as linguagens gráficas não oficiais contribuem para um processo contínuo de produção simbólica (Crow, 2016; Debord, 1967), no qual a cidade se configura como um organismo vivo, em constante transformação e aberto à diversidade de experiências e expressões (Lefebvre, 1991; Lippard, 1997).

No fundo, o impacto destas linguagens é a afirmação de que o urbano não é nem pode ser uma paisagem homogênea e controlada, mas um espaço de negociação simbólica onde se confrontam diferentes formas de ver, sentir e interagir. Este ambiente rico e contestatório torna possível imaginar e construir coletivamente novas narrativas urbanas, abrindo caminho para futuros mais inclusivos, diversos e críticos.

ENTREVISTAS

As entrevistas foram selecionadas como método de recolha de dados por possibilitarem uma exploração aprofundada das perceções, experiências e práticas relacionadas com o design gráfico e com a pixação na construção da paisagem urbana contemporânea. Ao contrário de métodos quantitativos, que se centram na medição estatística, as entrevistas qualitativas permitem aceder a narrativas mais complexas e subjetivas, fundamentais para compreender os significados simbólicos, sociais e culturais que emergem destas práticas.

Foddy (1993) argumenta que as perguntas constituem os alicerces sobre os quais a maior parte da investigação social se apoia, alertando que, se a formulação não for suficientemente clara para ser compreendida, a validade dos dados fica comprometida.

Neste contexto, as entrevistas conduzidas nesta investigação foram concebidas de modo a assegurar clareza, relevância e consistência metodológica, equilibrando questões abertas e guiadas.

O objetivo principal é compreender como designers, artistas e intervenientes urbanos percebem e experienciam a presença do design gráfico e da pixação na paisagem urbana. Pretende-se, assim, recolher contributos que ajudem a problematizar a questão central desta investigação (Foddy, 1993).

DESIGN GRÁFICO E PAISAGEM URBANA

1.1. Qual é, para ti, o papel do design gráfico na construção visual da cidade? Vês o design como algo que organiza ou que perturba o espaço urbano?

IDENTIDADE E COMUNIDADE

2.1 Como é que as linguagens visuais urbanas ajudam a construir identidades coletivas? Vês nisso uma tentativa de marcar presença ou de criar comunidade?

2.2 O design e a street art podem ser vistos como formas de narrar uma cidade a partir das margens? Como?

HETEROTOPIAS E REALIDADES ALTERNATIVAS

3.1 Michel Foucault fala das heterotopias como espaços “outros”, simultaneamente reais e simbólicos. De que forma achas que o design gráfico e/ou as práticas visuais criam realidades alternativas dentro do tecido urbano?

MEIO É A MENSAGEM (SUPORTE E CONTEXTO)

4.1 Marshall McLuhan afirmou que “o meio é a mensagem”. No contexto da cidade, concostas com esta ideia? Ou seja, consideras que o próprio suporte urbano — como a parede, o chão, o mobiliário urbano, etc. — já altera ou influencia o significado daquilo que é comunicado graficamente?

4.2 Na tua opinião, o impacto de um cartaz é apenas visual, ou também é simbólico no modo como ocupa a cidade?

4.3 Como é que compreendes o papel da parede enquanto extensão da página? O que muda na mensagem quando ela é comunicada através da cidade, em vez de um suporte tradicional como papel ou ecrã?

4.4 E sobre a pixação? Em que medida achas que a rua interfere na maneira como a mensagem é recebida, lida ou interpretada?

4.5 Será a pixação fruto de expressão do “como” e do “onde” e não tanto do conteúdo? Qual achas que é o sentido que a pixação transporta na sua mensagem?

TEMPO, PALIMPSESTO E EFEMERIDADE

5.1 Em cidades onde tudo muda rapidamente, qual é o papel do design gráfico nesse espaço efémero?

5.2 Como vês o espaço urbano como um palimpsesto — um lugar onde várias camadas visuais (institucionais, marginais, históricas) se sobrepõem?

REBELDIA VISUAL E DESIGN NÃO INSTITUCIONAL

6.1 O que se destaca, para ti, numa linguagem visual subversiva? A mensagem, o estilo, o contexto ou o meio onde está inserida?

6.2 Quando o design abandona a harmonia e a clareza, e assume o “caos” ou a aspereza visual, isso comunica algo mais verdadeiro ou apenas diferente?

DESIGN COMO ATO POLÍTICO

7.1 Acreditas que o design pode ser um ato político mesmo quando não é explícito? Como é que o gesto visual pode carregar uma posição ideológica?

7.2 Tens exemplos de linguagens visuais (tuas ou de outros) que recusam a lógica do design convencional e criam novas formas de expressão?

3.1 STREET ARTISTS, PIXADORES E DESIGNERS

3.1.1 DIOGO VILLAS BOAS POTES – DESIGNER GRÁFICO

Para Diogo Potes, o design é como a tatuagem da cidade: organiza o caos sem se impor, dá voz a identidades coletivas e revela que cada gesto visual, por mais discreto, carrega sempre uma dimensão política. (Anexo 9)

Nesta entrevista, Diogo Potes entende que o design gráfico, na construção visual da cidade, deveria exercer um papel quase invisível de organização. Quando bem executado, o design organiza e traduz linguagens complexas, facilitando a leitura e a ordenação do espaço urbano. Considera que as linguagens visuais urbanas contribuem para a constituição de identidades coletivas, funcionando tanto para marcar presença num espaço como para articular comunidades, mesmo que muitas intervenções sejam orgânicas e não organizadas. No entanto, não relaciona design e street art como práticas similares, considerando que são coisas distintas, embora ambas possam criar realidades alternativas dentro do tecido urbano, sendo que o design deve ser algo planeado e as práticas visuais, podem ser orgânicas ou planeadas.

Concorda com McLuhan (1964) ao afirmar que o meio pode alterar o significado do conteúdo gráfico, mas ressalva que este impacto depende de um contexto específico. Para Diogo Potes, o cartaz tem valor simbólico para a cidade, funcionando como uma “tatuagem” que conta histórias do contexto cultural e atual. A parede, enquanto extensão da página, amplia o alcance da mensagem, atingindo até quem não a procura e não a quer receber, o que muda substancialmente a receção da comunicação. A pixação, por sua vez, tem um sentido variável segundo o lugar onde emerge, diferindo qualitativamente entre centro e periferia, zonas ricas ou pobres.

O entrevistado considera que, em espaços urbanos efémeros, o design gráfico tem a função primária de organização, trazendo coesão visual. Quanto às linguagens visuais subversivas, atribui-lhes importância total: mensagem, estilo, contexto, meio e entende que a rutura da clareza e harmonia no design não indica necessariamente maior veracidade, já que o design deve responder às necessidades específicas e não ser forma por si só.

Por fim, Diogo Potes acredita que o design pode ser um ato político mesmo quando isso não está explícito, pois o gesto visual transporta ideologias, dependendo da intenção subjacente ao seu uso.

3.1.2 RUI MARQUES – DESIGNER GRÁFICO

Rui Marques vê o design e a pixação como linguagens distintas, mas igualmente poderosas ao transformar a paisagem urbana num espaço de expressão coletiva. Entre paredes e cartazes, emergem vozes críticas que revelam identidades, conflitos e resistências. (Anexo 8 e 11)

Rui Marques, designer gráfico, entende que o design gráfico e a pixação não estão diretamente conectados em essência, mas partilham formas de expressão e valores. Vê a pixação como uma manifestação impactante que comunica, mas que não organiza nem perturba o espaço urbano, sendo mais próxima de uma arte codificada. Para o entrevistado, as linguagens visuais urbanas refletem as preocupações das comunidades e ajudam a construir identidades coletivas ao expressar ideias e mensagens relevantes, apresentando como exemplo a parede da Faculdade de Belas Artes do Porto, constantemente utilizada para comunicar causas emergentes, mostrando que a linguagem visual é uma parte ativa da paisagem urbana. Rui Marques considera que, embora as intervenções gráficas como design e street art sejam consideradas distintas, todas narram criticamente a realidade urbana, funcionando como um jornal visual da comunidade descontente.

No que toca ao conceito de heterotopia de Foucault (1984), Rui Marques reconhece a força dessas práticas visuais a impactar o nosso dia a dia e a criar realidades alternativas dentro do tecido urbano, elevando a perceção da qualidade das cidades e influenciando a dinâmica social através da junção das cores, símbolos e imagens que transmitem mensagens poderosas. Concorda com McLuhan (1964), que o suporte físico influencia a mensagem, destacando que as paredes de uma cidade, sobretudo no contexto da pixação, constituem suportes ambiciosos que intensificam o impacto simbólico das intervenções.

Para Rui Marques, os cartazes têm impacto visual e simbólico ao refletir as comunidades e os seus valores. A mensagem muda e ganha força e reconhecimento quando veiculada na parede urbana, uma vez que se torna parte integrante da cidade. Sobre como a rua influencia a perceção da pixação, Rui Marques ressalta que os estereótipos muitas vezes interferem na interpretação dessas mensagens e considera ainda que a pixação, tradicionalmente, funciona como comunicação interna entre nichos com símbolos específicos, embora exista uma diversidade de formas e técnicas, inclusive pixações sem sentido aparentemente, usadas para marcar território.

Quanto ao design em espaços urbanos efémeros, vê a sua função tanto como acompanhamento de eventos pontuais quanto como resistência de longo prazo, acreditando que ambos os propósitos podem coexistir. Entende que o espaço urbano é compreendido como um lugar partilhado onde camadas visuais distintas se sobrepõem e interagem, formando um lugar partilhado que reflete diversas experiências e culturas.

Sobre linguagens visuais subversivas, Rui Marques destaca que a mensagem é o elemento mais difícil de comunicar eficazmente e que a rutura estética, seja pelo caos ou aspereza visual, não implica necessariamente maior veracidade, pois a expressividade depende da sensibilidade do comunicador, o que pode resultar em múltiplas formas de expressão diversas. Por fim, reconhece que o design pode ser um ato político, explícito ou não, lembrando que as manifestações visuais ilegais nas ruas surgiram como respostas a regimes autoritários, demonstrando a potência do gesto visual como forma de resistência ideológica.

3.1.3 RAPHAEL BRUNET – STREET ARTIST

Na visão de Raphael Brunet, cada parede respira e fala com quem passa. O design organiza, a pixação resiste: juntos, constroem identidades, memórias e tensões da cidade. O espaço urbano torna-se, assim, um palimpsesto vivo de expressão coletiva e política. (Anexo 7)

Raphael Brunet, *street artist*, considera que a cidade já respira arte em cada detalhe, desde a publicidade até às expressões marginais como a pixação. Nesse contexto, o design gráfico assume sobretudo o papel de organizar ideias e transformá-las em imagens comunicativas, mais do que perturbar o espaço urbano.

As linguagens visuais, no seu ponto de vista, cumprem funções diferentes: há quem as use para marcar presença, outros para reforçar identidade comunitária ou mesmo com um viés comercial. Todas essas dimensões coexistem e contribuem para a construção de uma identidade própria de cada território. Tanto o design como a arte urbana narram a cidade a partir das margens, registrando vivências não oficiais e trazendo à superfície a criatividade, a luta e a dor das periferias que nem sempre é partilhado nos discursos oficiais. O design, quando enraizado nesse olhar, organiza e amplia essas vozes, enquanto a arte urbana inscreve diretamente a urgência e a resistência do quotidiano nas superfícies da cidade.

Raphael Brunet concorda com Michel Foucault (1984), considerando que estas práticas podem transformar espaços banais em lugares simbólicos, abrindo lacunas de imaginação e realidades alternativas no tecido urbano. Nessa mesma linha, concorda com McLuhan (1964), sublinhando que o suporte nunca é neutro. A parede, o chão ou o mobiliário urbano já transportam histórias e significados que moldam a receção da mensagem. Por isso, a mesma frase ganha leituras radicalmente diferentes dependendo do lugar em que é inscrita: num *outdoor* de luxo pode ser publicidade, numa viela degradada transforma-se numa denúncia ou resistência. Raphael Brunet entende que “A cidade não é só um cenário, ela fala junto com quem escreve”.

Segundo o entrevistado, a parede, vai muito além de uma extensão da página: é um suporte vivo, coletivo, impossível de ignorar, sempre condicionado pelo contexto onde está inserido. Enquanto no papel, a mensagem fica contida e restrita apenas a quem tem o propósito de a ler, na parede a mensagem ganha corpo e atravessa o quotidiano até daqueles que nunca a procurariam, carregando o peso do lugar. O *street artist* defende que “Cada espaço muda o tom da mensagem”. A pixação exemplifica de forma extrema essa lógica, pois nela importa mais o gesto, o risco e o lugar do traço do que a legibilidade das letras, ao contrário da página que privilegia a ordem e a clareza. Na rua, a letra vira ruído e choque por quem passa, “é justamente aí que mora a sua força”. A forma como escala edifícios, ocupa estruturas e invade o olhar transforma a própria ação em mensagem “todos viram páginas impostas à cidade” — uma afirmação de presença e de existência. Para Raphael Brunet, a pixação não comunica prioritariamente conteúdos, já que a letra é quase ilegível, mas o “como” e o “onde”, são a força simbólica de pertença e sobrevivência tornando-se na própria mensagem.

Nesta entrevista, Raphael Brunet considera que num espaço urbano em constante mutação, o design gráfico também se inscreve no regime da efemeridade. Não procura permanência, mas atua como registo e impacto momentâneo, aceitando a lógica do apagamento, da sobreposição e da reescrita. A cidade, vista como um palimpsesto, acumula camadas históricas, institucionais e marginais, e é desse jogo de sobreposição que emergem novas leituras e experiências visuais. A força, nesse contexto, reside menos na durabilidade e mais na intensidade momentânea. No campo da rebeldia visual, Brunet destaca que o contexto e o meio são determinantes, já que é no espaço que a rebeldia ganha força. Raphael Brunet considera que quando o design abdica da harmonia e da clareza em prol do caos e da aspereza, comunica a verdade da experiência urbana: arriscada, improvisada, irregular. Nisso, a imperfeição transforma-se em autenticidade, dando corpo à vivência e ao lugar — “É deixar o sentimento do lugar entrar e interagir com a mensagem”.

Para o entrevistado, todo o gesto visual no espaço urbano tem uma dimensão política. Ocupar um muro, eleger uma cor ou assumir uma textura são já escolhas ideológicas. Mesmo quando não se referem explicitamente à política, cartazes ou pixações denunciam desigualdades, afirmam pertença e confrontam normas sociais. Esse ato político pode ser subtil, mas nunca é neutro: a linguagem provoca, informa ou resiste. Ao recusar as convenções tipográficas e visuais do design tradicional, como faz na pixação, Raphael Brunet enfatiza que o valor está na mensagem e no gesto, não na legibilidade ou na estética normativa. É aí que vê a possibilidade de abrir caminhos para novas linguagens, afirmando o design não apenas como disciplina, mas como prática de existência, memória e transformação coletiva.

3.1.4 KTAŞTROF / JEPÁ - PIXADOR

Para KTAŞTROF, a rua é palco e a pixação é linguagem, território, identidade e memória. A força está no gesto, no risco e no contexto, mais do que na legibilidade das letras. O design gráfico acompanha, contextualiza e potencializa a compreensão do espaço urbano. (Anexo 6 e 10)

KTAŞTROF, pixador em São Paulo, apresenta uma visão do design gráfico como elemento fundamental para a organização do espaço público, enquanto prática que incorpora inovação e se adapta ao contexto urbano, onde a cultura local e a população influenciam decisivamente o resultado visual. No que concerne às linguagens visuais urbanas, KTAŞTROF destaca a construção de identidades coletivas em articulação direta com a criação de comunidades. A pixação surge, para ele, como um reflexo histórico e político, tendo emergido como manifestação artística e de resistência durante o regime da ditadura militar, configurando-se como comunidade de protesto que utiliza a tinta e a inscrição urbana para afirmar identidades territoriais e sociais.

Sobre o papel da street art e do design na narrativa urbana, KTAŞTROF atribui à arte urbana o papel primordial de dar voz às histórias e ao cotidiano dos coletivos e das periferias, tornando visíveis experiências frequentemente silenciadas nos relatos oficiais e institucionais. Sublinha que a street art emerge como forma de expressão urgente e vital, diretamente conectada à paisagem urbana e à temporalidade específicas de cada lugar.

No contexto da teoria de McLuhan (1964) de que “o meio é a mensagem”, KTAŞTROF assenta que o suporte urbano, seja parede, chão, janela ou mobiliário, possui uma força comunicativa intrínseca que transcende o simples conteúdo visual. No caso da pixação, a performance do ato criativo, a interação do pixador com o meio, o risco e o contexto de realização tornam-se parte indissociável da mensagem. O momento da ação, o percurso e a experiência da inserção no espaço público adquirem maior importância do que o produto acabado, ressaltando a dimensão efêmera e performativa da prática. Refletindo sobre o impacto do cartaz no espaço urbano, KTAŞTROF reconhece a sua dupla natureza visual e simbólica mas destaca a tensão entre o desejo de expressão legítima e a percepção sociocultural desses elementos como poluição visual, típica dos embates simbólicos pelas paisagens urbanas.

Quanto à pixação enquanto meio de comunicação, salienta o seu caráter fechado e restrito ao grupo de praticantes, com ênfase na escrita pessoal e territorialidade. Entretanto, ele alerta para uma crise contemporânea no movimento, onde a predominância do ego individual dilui a dimensão política e coletiva que originalmente motivou a prática. Propõe a necessidade de um “retrocesso” para um momento mais manifesto e politizado, com frases que dialoguem com o contexto histórico e social vigente, sobretudo face aos desafios políticos e tecnológicos atuais no Brasil.

No que toca ao papel do design gráfico no espaço efêmero que são as cidades contemporâneas, o pixador acredita que se deve adaptar ao contexto histórico, ao que vai acontecendo e aos movimentos atuais. KTAŞTROF exemplifica a volatilidade das inscrições, que podem ser rapidamente apagadas ou perdurar por anos e reflete sobre as complexidades burocráticas e económicas que influenciam a permanência destas intervenções, reforçando a ideia da cidade como campo de batalha visual e simbólica em constante renovação. Relativamente à linguagem subversiva, KTAŞTROF explora a relação entre caos, aspereza e autenticidade estética. Considera a rejeição dos cânones clássicos e da harmonia correspondente a um processo de busca por novidade e autorreflexão, próprio de artistas que recusam o conformismo. Para o pixador, a pixação ilustra isso plenamente, sendo visualmente “feia” e inconfundível, revelando uma estética deliberadamente grotesca e disruptiva como marca identitária do movimento.

Finalmente, ao discutir o design enquanto ato político, KTAŞTROF entende que o design pode, sim, carregar uma posição ideológica através da criação visual e da escolha das pautas a comunicar.

CASOS DE ESTUDO

Esta investigação, ao articular-se com os estudos sobre cultura visual urbana e intervenções sociais no espaço público, inscreve-se num campo interdisciplinar que atravessa dimensões estéticas, políticas e socioculturais (Lefebvre, 1991). Nesta perspetiva, o design gráfico deixa de ser entendido apenas como prática de organização visual, assumindo antes o papel de agente ativo na construção de heterotopias (Lefebvre, 1991; Foucault, 1984).

Para além desta dimensão conceptual, os casos de estudo aqui mobilizados desempenham um papel fundamental no plano metodológico, na medida em que fornecem uma visão prática de projetos desenvolvidos em contextos semelhantes. O seu contributo é relevante não só para a análise crítica de estratégias visuais que desafiam as normas dominantes, mas também para a formação de conhecimento aplicado que orienta a própria dimensão projetual desta investigação. Com efeito, considera-se que, no campo do design gráfico, a produção do objeto e a experimentação prática exercem um peso significativo, sendo indissociáveis da reflexão teórica e fundamentais para consolidar o conhecimento que este trabalho procura produzir.

A metodologia escolhida, com base nos contributos de Marczyk et al. (2005), Yin (1994) e Kumar (2011), propõe uma análise aprofundada e integrada dos casos selecionados, privilegiando a contextualização, a triangulação de dados e a capacidade analítica para revelar dinâmicas complexas de sentido e poder. Assim, os três casos selecionados — o coletivo Adbusters, o percurso do *street artist* Raphael Brunet, e o projeto de intervenção MAISMENOS — representam manifestações distintas mas complementares da subversão visual e do ativismo gráfico em contextos nacionais e globais. Esta escolha foi orientada pela diversidade de contextos, internacional e nacional, pelos diferentes suportes, impressos e murais, e pela pluralidade de abordagens ao espaço urbano e à crítica social.

Em conjunto, estes quatro casos de estudo permitem observar como o design gráfico, em articulação com práticas urbanas de contestação, contribui para a criação de heterotopias visuais na cidade e para a moldar a paisagem urbana. Estes casos ilustram também a tensão entre permanência e efemeridade, legibilidade e ilegibilidade, instituição e marginalidade, que caracteriza o design em diálogo constante com as heterotopias e palimpsestos visuais das cidades contemporâneas. A análise detalhada destes fenómenos permite perspetivar o design gráfico não apenas como disciplina técnica, mas como prática crítica, política e cultural, fundamental para compreender as formas de produção e resistência na cultura visual urbana atual (Rawsthorn, 2018).

4.1 ADBUSTERS

O coletivo Adbusters, fundado em 1989 por Kalle Lasn e Bill Schmalz em Vancouver, Canadá, tornou-se num dos movimentos mais influentes na interseção entre design gráfico, crítica social e ativismo cultural. A sua prática distingue-se pela apropriação da linguagem publicitária e pela subsequente subversão das suas estruturas discursivas e visuais, criando aquilo que denominaram de *subvertisements*, isto é, anúncios invertidos ou “anti-publicidade” (Lasn, 1999). Estes trabalhos, difundidos através da revista Adbusters e de campanhas globais como o “*Buy Nothing Day*”(2025) (anexo 4) ou o “*TV Turnoff Week*”(2025) (anexo 5), procuram desestabilizar a hegemonia da cultura de consumo e expor os mecanismos de alienação associados ao capitalismo tardio.

Visualmente, os trabalhos dos Adbusters caracterizam-se pelo uso de imagens icónicas, retiradas diretamente de campanhas publicitárias corporativas, às quais é acrescentado um elemento de disrupção gráfica ou semântica. Ao alterar *slogans*, inverter logótipos ou manipular imagens de marcas globalmente reconhecidas, o coletivo força o observador a repensar a relação

entre identidade visual, desejo e consumo (Barnbrook, 2001). Essa estratégia dialoga diretamente com a noção de “sociedade do espetáculo” de Guy Debord (1967), uma vez que os Adbusters revelam o caráter ilusório da cultura imagética contemporânea, expondo a primazia da imagem sobre a experiência e do consumo sobre o ser.

Do ponto de vista teórico, a prática dos Adbusters pode ser entendida como um processo de reapropriação semiótica, que desconstrói os códigos estabelecidos da comunicação visual. Segundo Crow (2016), os signos visuais, ao serem deslocados do seu contexto e propósito original, perdem a sua função de reforço da ordem simbólica dominante e tornam-se ferramentas de resistência. Nesse sentido, o design disruptivo operado pelo coletivo aproxima-se do conceito foucaultiano de heterotopia (Foucault, 1984), pois cria espaços visuais alternativos que coexistem dentro da própria ordem urbana e mediática, mas que a questionam radicalmente. O cartaz ou a página impressa deixam de ser apenas veículos de promoção para se tornarem campos de contestação, onde o consumo é substituído pela crítica e a passividade pela reflexão.

Entre as suas campanhas mais emblemáticas destaca-se o “*Buy Nothing Day*” (figura 11 e 12), que incentiva a abstenção do consumo, nomeadamente durante datas marcadas pelo consumo excessivo, como a *Black Friday*. Esta campanha é caracterizada por grafismos simples, mas impactantes, que combinam uma tipografia forte e cores contrastantes para transmitir mensagens diretas e provocadoras, convidando o público a refletir sobre os efeitos sociais e ambientais do consumismo excessivo.



Figura 11_ “Buy Nothing Day”
Barbara Kruger (1987)
Imagem retirada de <https://www.adbusters.org>



Figura 12_ "Buy Nothing Day"
Christine Lavallicé (2023)
Imagem retirada de <https://www.adbusters.org>

A imagem icônica de "Joe Chemo" (figura 13), criada pelos Adbusters, apresenta uma figura sombria e doente, que funciona como paródia crítica do personagem "Joe Camel", mascote publicitário da indústria do tabaco. Criado no inverno de 1996 para a revista Adbusters, Joe Chemo simboliza a realidade dura e mortal do tabagismo, contrapondo-se à imagem glamorizada e sedutora dos anúncios convencionais de cigarros. Esta campanha usa a sátira visual para denunciar os efeitos nocivos do fumo e expõe a verdadeira face do consumo de tabaco, transformando a publicidade em instrumento de conscientização social.

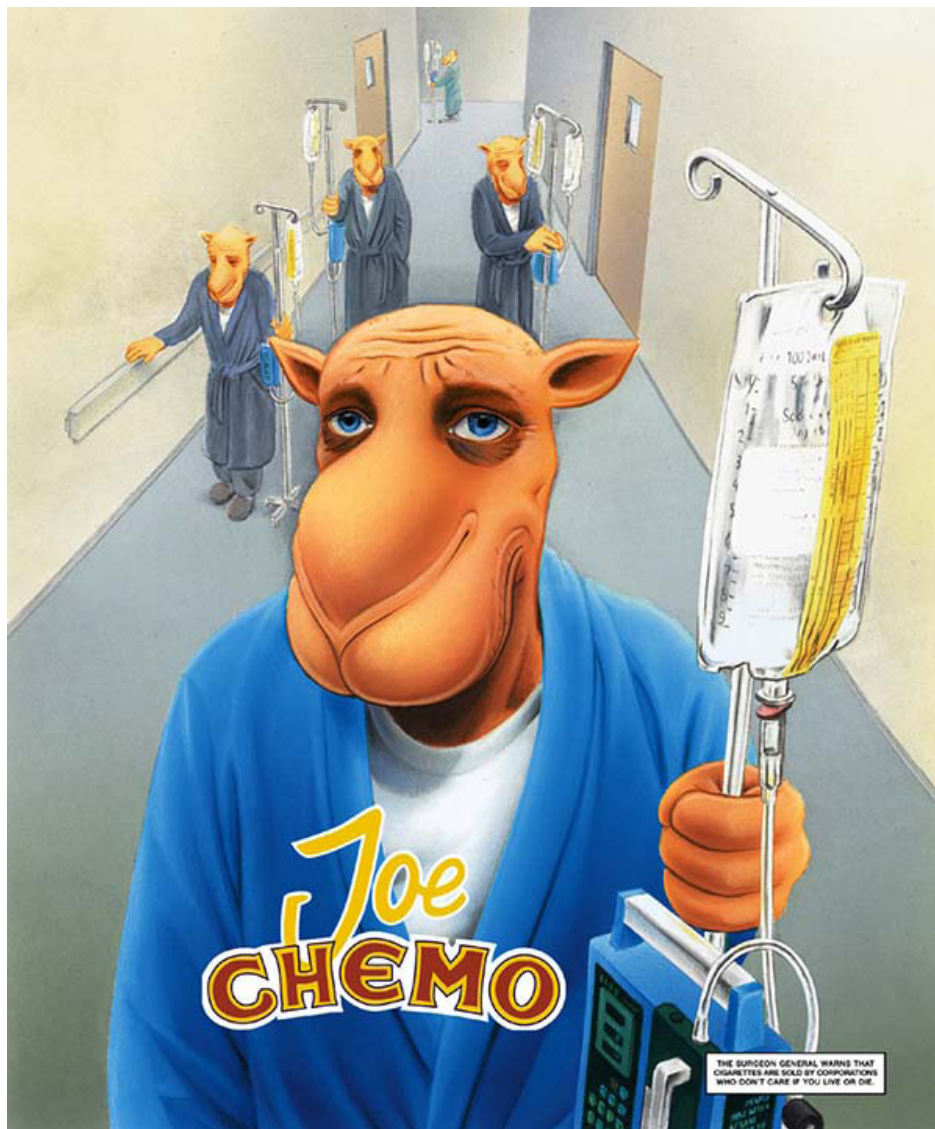


Figura 13_ “Joe Chemo”
 Adbusters (1996)
 Imagem retirada de <https://www.adbusters.org>

Um dos exemplos de anúncios subvertidos pelo coletivo é o da Absolut Vodka (figura 14), que reproduz fielmente o estilo visual e a linguagem da marca, mas inverte o conteúdo de forma a alertar acerca dos prejuízos do consumo excessivo de álcool, associando-o a metáforas visuais de perda e deterioração.



Figura 14_ “Absolut Impotence”
 Adbusters (1996)
 Imagem retirada de <https://www.adbusters.org>

Outro trabalho icónico do coletivo é o cartaz convocatório para a manifestação *Occupy Wall Street* (figura 15), que se tornou símbolo global do movimento. O cartaz representa poeticamente uma bailarina a dançar no topo da estátua do touro de *Wall Street*, onde o equilíbrio da bailarina contrasta com a robustez agressiva do touro que traduz a tensão entre o poder económico e a reivindicação social.



Figura 15_ “Occupy Wall Street”
Will Brown (2011)
Imagem retirada de <https://www.adbusters.org>

Adbusters também se destaca pela prática do “*culture jamming*”²² (Lasn, 1999), que consiste na apropriação e alteração crítica de outdoors, anúncios e cartazes publicitários convencionais (figuras 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22). Ao substituir ou desfigurar imagens corporativas, o coletivo questiona as práticas empresariais, os impactos ambientais e a opressão social, utilizando a própria linguagem visual das marcas contra elas mesmas para criar críticas políticas e sociais (Barnbrook, 2001).

²² “Uma forma de ativismo político e social que, através de anúncios falsos, notícias enganosas, paródias de logótipos de empresas e embalagens de produtos, *hacking* informático, etc., chama a atenção e, simultaneamente, subverte o poder dos meios de comunicação, dos governos e das grandes corporações de controlar e distorcer a informação que fornecem ao público, com o objetivo de promover o consumismo, o militarismo, etc.”

Dictionary.com. (n.d.). Culture jamming. In Dictionary.com.



Figura 16_ "Prozac"
Adbusters (s.d.)
Imagem retirada de <https://www.adbusters.org>



ARE WE HAPPY YET?

Figura 17_ "Are We Happy Yet?"
Adbusters (s.d.)
Imagem retirada de <https://www.adbusters.org>



Figura 18_ "Coke Ecocide"
Adbusters (s.d.)
Imagem retirada de <https://www.adbusters.org>

BALENCIAGA



**WE SELL YOU SHIT
TO CALL YOU UGLY
TO SELL YOU SHIT**

Figura 19_ "We Sell You Shit"
Adbusters (s.d.)
Imagem retirada de <https://www.adbusters.org>



Figura 20_ "Design Anarchy"
Bill Texas. Adbusters (2001)
Imagem retirada de <https://www.adbusters.org>



Figura 21_ "It's so cool to wear. Think again"
Adbusters (s.d.)
Imagem retirada de <https://www.adbusters.org>



Figura 22_ "Taste the Fouling"
Adbusters (s.d.)
Imagem retirada de <https://www.adbusters.org>

Visualmente, as campanhas dos Adbusters são caracterizadas por imagens reconhecíveis, símbolos ressignificados, e pelo uso estratégico do espaço e do suporte, tanto nas ruas como no espaço digital, para maximizar o impacto. A combinação de sátira, paródia e subversão gráfica confere às suas intervenções um poder disruptivo que desafia o design gráfico tradicional (Poynor, 2003) e reforça o papel do designer enquanto agente político e provocador (Barnbrook, 2001) na paisagem urbana contemporânea. O gesto gráfico mantém a estética publicitária, mas desconstrói a mensagem, introduzindo uma dimensão de ironia que transforma o símbolo de liberdade num aviso de perigo. Este método, central ao conceito de “*culture jamming*” (Lasn, 1999), revela o poder do design enquanto instrumento de contrainformação e reposiciona a função do design gráfico, que passa de instrumento de sedução publicitário para ferramenta de denúncia social.

Como observa Poynor (2003), os Adbusters demonstram que o design gráfico não é neutro, mas sim profundamente político, e que as suas escolhas visuais podem funcionar como um ato de insurgência contra sistemas dominantes. Do ponto de vista visual, as produções do coletivo mantêm uma estética híbrida que combina elementos do design pós-moderno — colagens, tipografia fragmentada, ironia — com a clareza comunicativa da publicidade convencional. Essa fusão aumenta a eficácia das mensagens, já que se apropria das estratégias do *marketing* para as transformar em mecanismos de contrainformação. Assim, o espectador reconhece imediatamente a linguagem da publicidade, mas é surpreendido pela sua desconstrução crítica, criando um curto-circuito semiótico que desestabiliza as convenções da comunicação de massas (Poynor, 2003).

4.2 RAPHAEL BRUNET

Raphael Brunet, associado ao pseudônimo “Cansado da Internet” é um caso contemporâneo relevante para a investigação sobre a interseção entre design gráfico, práticas urbanas e a produção de paisagem visual. Nascido e criado na Zona Norte do Rio de Janeiro, Brunet desenvolve um trabalho que transita entre intervenções de rua, estampagem e comercialização de imagens (*merch*), assim como exposições e ações performativas — estratégia que lhe permitiu ampliar a circulação de uma imagem originalmente criada para o espaço público e transformá-la num ícone cultural com circulação nacional e internacional. Essa trajetória de circulação, da rua para as redes, da rede para a roupa e de volta à rua em formato de evento, é central para compreender a potência crítica e as tensões do seu trabalho (Rio2C, n.d.).

Reconhecido por obras como o “Mickey Carioca” (figura 23) e a sentença gráfica associada “Tu tá no RJ, não é Disney” (figura 23), Brunet explora a resistência pública através de cartazes e inscrições que criticam desigualdades sociais, políticas de mobilidade e a comercialização da vida urbana (Ribeiro, 2025). A sua prática destaca-se por operar na fronteira entre a legibilidade institucional e a estética marginal da rua, evidenciando como o design pode ser apropriado para questionar narrativas hegemônicas. Esta fusão aproxima-se da noção de heterotopia de Foucault (1984), já que transforma espaços ordinários em locais de contestação simbólica, onde a cidade deixa de ser apenas cenário para se tornar suporte de resistência. Brunet representa, assim, um exemplo contemporâneo de como a prática gráfica pode atuar como dispositivo crítico na paisagem urbana, disputando os mesmos espaços visuais ocupados pela publicidade ou pelo grafismo institucional.

Nesta obra, Raphael Brunet condensou, com o uso da imagem e da frase, uma crítica à romantização da cidade e às assimetrias sociopolíticas do cotidiano. Visualmente, a imagem apresenta um desenho simplificado e altamente legível, remanescente da iconografia global, o rato Mickey (figura 24), a personagem mais reconhecida do mundo que se tornou símbolo da cultura de massas da Disney e do capitalismo cultural (Benjamin, 2008; Dorfman & Mattelart, 1971), mas representa-a deslocada pelos atributos locais: chinelo, cigarro e uma arma nas costas. Brunet utiliza um ícone do entretenimento infantil (um rato humanizado, sorridente e símbolo da felicidade vendida pela Disney) e reinsere-o num contexto de desigualdade urbana, criando

contraste, choque e crítica. Essa apropriação iconográfica funciona como um dispositivo semiótico de choque: ao reutilizar um signo universalmente reconhecível, a obra utiliza um repertório de memórias culturais que são imediatamente subvertidas para produzir comentário social. A circulação viral da imagem nas redes sociais, a sua estampagem em têxteis e em outros suportes mostra como um signo de rua pode ler a cidade e, simultaneamente, ser convertido em produto cultural (Lucena, 2025; Caio, 2024).

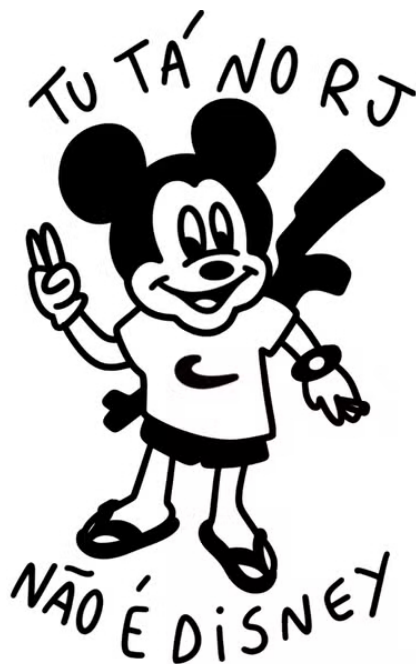


Figura 23_ “Tu tá no RJ. Não é Disney”
Raphael Brunet (s.d.)
Imagem retirada de <https://extra.globo.com>



Figura 24_ “Mickey Mouse”

Do ponto de vista formal, as obras de Brunet exploram duas estratégias gráficas centrais que merecem destaque analítico. Primeiro, a legibilidade operacional: a linha simples, o contraste preto/branco e as frases curtas em caixa alta asseguram leitura imediata em contexto urbano, tanto para o observador apressado como para o utilizador de redes que consome imagens a alta velocidade. Segundo, a economia icónica: ao reduzir o desenho aos traços essenciais do personagem e a frase a uma premissa curta, a peça torna-se adequada à reprodução (estampas, serigrafias, *stickers*) e à replicação em diferentes escalas e suportes. Essa combinação de legibilidade e difusão aumenta a eficácia do gesto crítico, pois permite que a imagem ocupe simultaneamente o espaço da rua e o circuito comercial e virtual. Observa-se, assim, uma tática híbrida entre a visibilidade típica do design e a urgência da intervenção de rua (Caio, 2024).

A interpretação da imagem de Brunet ganha densidade quando articulada com a literatura semiótica e cultural. Quando um signo tão saturado como a figura do rato Mickey é deslocado do seu contexto de consumo e entretenimento para um propósito crítico, perde-se a função meramente promocional e ganha-se uma nova força discursiva. O signo torna-se ferramenta de enunciação política (Crow, 2016). Neste sentido, o gesto de Raphael Brunet aproxima-se das práticas de “*culture jamming*” e de “*détournement*”²³ já analisadas noutros contextos de design crítico: trata-se de inverter expectativas semióticas para tornar visível aquilo que a retórica dominante tenta ocultar. A apropriação, portanto, não é apenas provocação formal, mas reordenação de significados que intervém diretamente na paisagem simbólica da cidade. (Crow, 2016).

A materialidade e a logística de circulação do “Mickey Carioca” (figura 23) são igualmente importantes para a análise: a imagem foi replicada em camisolas, posters e outros suportes e passou a integrar eventos e exposições itinerantes, como a galeria-evento “TU TÁ NO RJ” (figura 25) — dinâmica que ilustra a transição do gesto de rua para uma esfera expositiva e comercial, sem anular o potencial crítico da imagem. Esta economia mista coloca em evidência as tensões contemporâneas entre resistência e apropriação: por um lado, as obras operam como forma de autorrepresentação periférica, por outro, a sua comercialização levanta questões sobre apropriação cultural e circulação capitalista (Lucena, 2025). A criação de uma galeria itinerante e a circulação internacional planeada pelo artista amplificam o efeito de heterotopia que deixa de ser apenas local e passa a operar como rede transnacional de significados, onde a periferia se reivindica enquanto produtor legítimo de representações culturais (Foucault, 1984).

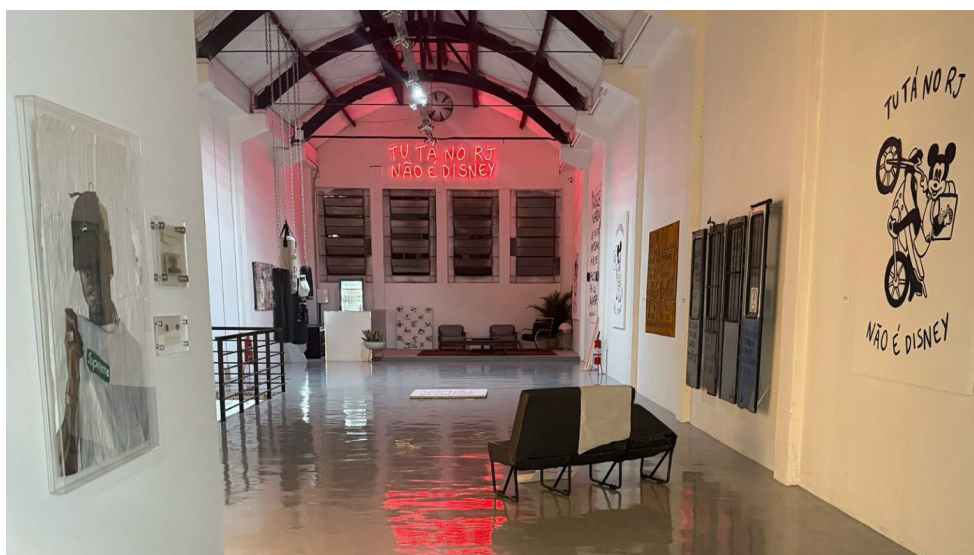


Figura 25_ Novo centro cultural no Santo Cristo, ARUA, abre as portas à exposição “TU TÁ NO RJ” (2025)
Imagem retirada de <https://diariodorio.com>

²³ Desvio, desencaminhamento

détournement – no Dicionário infopédia de Francês - Português [em linha]. Porto Editora.

4.3 MAISMENOS

O projeto MAISMENOS, desenvolvido pelo artista português Miguel Januário desde meados dos anos 2000, tem vindo a afirmar-se como uma prática paradigmática na intersecção entre design gráfico, arte urbana e crítica social. Surgiu como um projeto final de curso, com o propósito de criar uma marca antimarcas e acabou por ser a representação do binarismo da sociedade contemporânea e do sistema capitalista, onde uns têm mais e outros menos (Januário, 2014, 2015). A sua inscrição no espaço público português e subsequentemente, em contextos internacionais, revela um processo contínuo de exploração das tensões da sociedade contemporânea a partir de uma estratégia visual simples, mas conceptualmente sofisticada: a utilização dos polos “mais” e “menos” como operadores semânticos fundamentais. Ao transformar um símbolo num dispositivo visual e discursivo, o projeto estabelece uma linguagem de aparente neutralidade formal que potencializa leituras críticas, denunciando desigualdades, contradições e paradoxos sociais.

A força de MAISMENOS reside na sua economia de meios, característica que aproxima o projeto de uma gramática visual minimalista e universal. O uso de tipografia industrial, bidimensionalidade, contrastes cromáticos fortes (preto, branco) e frases curtas confere às obras uma legibilidade imediata, fundamental em contextos urbanos marcados por velocidade, dispersão e saturação comunicativa. Este minimalismo aparente não reflete redução conceptual, mas antes um processo de condensação semântica que maximiza o potencial de impacto da mensagem, abrindo margem para polissemia e reinterpretação consoante o lugar, o tempo e o público (Pinetree, 2017; Ramalho, 2014).

A dimensão espacial é central no entendimento do projeto. Num momento a intervenção deixa de ser subversiva e passa a fazer parte do mainstream (Pinetree, 2017). Enquanto em galerias ou museus a sua receção se dá num ambiente circunscrito, em espaços públicos as peças operam como intrusões simbólicas que destabilizam os fluxos visuais dominantes. Miguel Januário apropria-se de suportes urbanos já codificados — fachadas, muros, cartazes publicitários, mobiliário urbano — para reinscrever neles conteúdos críticos. Este gesto subverte a unidirecionalidade da comunicação institucional e corporativa, apropriando-se das ferramentas gráficas hegemónicas para produzir contra-discursos (Lippard, 1997).

A estratégia semiótica do projeto baseia-se, assim, num triplo movimento: a manipulação de dicotomias, concretizada no uso do símbolo como operador gráfico que materializa tensões sociais e culturais; a economia formal, que simplifica e universaliza a fruição²⁴ estética, permitindo o acesso imediato do público e a inserção crítica no espaço urbano, que convoca a cidade como território de debate, introduzindo o design gráfico na esfera do político e social. Estas três dimensões são articuladas de forma a transformar um símbolo visualmente mínimo num dispositivo semântico expansivo, capaz de cruzar linguagens, públicos e contextos (Crow, 2016).

O projeto MAISMENOS juntou-se à manifestação da Geração à Rasca, de 12 de março de 2011 e destacou-se pela bandeira portuguesa que tinha a esfera armilar substituída pelo símbolo MAISMENOS (figura 26), para representar o estado em que o país se encontrava. Sempre em oposição binária: para uns o país está melhor, para a grande maioria está bem pior (Januário, 2015).

²³ Ato de desfrutar com satisfação ou prazer alguma coisa
 “fruição”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2025



Figura 26_ MAISMENOS para a manifestação da Geração à Rasca.
Miguel Januário (2011)
Imagem retirada de <https://journals.openedition.org>

No projeto PORTUGAL 1143-2012 (figura 27), Miguel Januário pretendia colocar uma espada nas costas de D. Afonso Henriques para representar o facto de Portugal estar a ser traído pelos próprios portugueses. Daí a faca ter as cores da bandeira nacional. A intervenção simboliza o país a sangrar (Garcia, 2015).



Figura 27_ MAISMENOS para a intervenção “Traição”, inserida no projeto PORTUGAL 1143-2012
Miguel Januário (2012)
Imagem retirada de <https://journals.openedition.org>

As obras de MAISMENOS não funcionam apenas como mensagens gráficas, mas como dispositivos performativos que transformam a recepção do espaço urbano, deslocando-o para um território de crítica e reflexão.

Do ponto de vista teórico, é pertinente compreender MAISMENOS à luz do conceito de heterotopia desenvolvido por Foucault (1984). Cada intervenção cria um “espaço outro” no seio da ordem urbana vigente: locais quotidianos são reconfigurados em territórios de resistência crítica, onde as normas sociais e visuais dominantes são temporariamente suspensas, questionadas ou redirecionadas. Miguel Januário evidencia como o espaço urbano não é neutro, mas uma construção política e simbólica passível de disputa. Intervir nesse espaço com signos gráficos é uma forma de reescrever os códigos visuais dominantes, propondo alternativas de leitura e devolvendo agência comunicativa ao cidadão comum (Lefebvre, 1991).

DISCUSSÃO E RESULTADOS

5.1 COMPARAÇÃO ENTRE A INFORMAÇÃO RECOLHIDA E AS TEORIAS

A análise da informação recolhida através das entrevistas e dos casos de estudo evidencia que tanto o design gráfico como a pixação possuem elementos visuais característicos que lhes conferem identidade própria no contexto urbano. O design gráfico institucional caracteriza-se por princípios de clareza, legibilidade, visibilidade e hierarquia, estruturando a leitura através de sistemas (Elam, 2007; Lupton, 2010). Em contrapartida, a pixação desenvolve códigos, signos e símbolos originais, ilegíveis para o público externo à prática, mas coerentes internamente para os praticantes (Medeiros, 2018; Crow, 2016). A repetição de assinaturas e a apropriação verticalizada de fachadas e viadutos funcionam como rituais de pertença e resistência, transformando a cidade em suporte visual e conferindo à pixação uma estética cifrada e insurgente (Wainer & Oliveira, 2010).

Estas práticas dialogam e opõem-se na configuração da identidade e da estética urbana, criando um verdadeiro palimpsesto visual (Lippard, 1997). Lefebvre (1991) já defendia que o espaço urbano é produzido socialmente e atravessado por relações de poder, e os dados empíricos corroboram esta visão. Enquanto o design gráfico institucional tende a reforçar normas hegemónicas e a privilegiar a comunicação clara e socialmente aceite, a pixação propõe uma linguagem opaca, acessível apenas ao interior da sua comunidade. Esta tensão transforma a cidade num território de disputa simbólica, onde diferentes camadas de significado se sobrepõem, entram em conflito e constroem múltiplas narrativas identitárias. A experiência do observador e dos habitantes é afetada por esta diversidade visual, que introduz ruído estético e amplia a vitalidade cultural da cidade, permitindo novas formas de contemplação e leitura crítica do espaço urbano (Foucault, 1984; Lippard, 1997).

O design gráfico cumpre, simultaneamente, um papel institucionalizado e crítico. Enquanto expressão institucional, estrutura discursos visuais que legitimam valores sociais dominantes e asseguram legibilidade e clareza como princípios fundamentais de comunicação (Lupton, 2010). No entanto, projetos críticos, como os do coletivo Adbusters ou do manifesto MAISMENOS, demonstram que o design também pode subverter normas visuais, apropriando-se de slogans e marcas para instaurar reflexão e criar novas camadas de significado, em consonância com o conceito de *détournement* de Debord (1967) e com a visão de Poyner (2003) sobre o design pós-moderno.

Os casos de estudo analisados ilustram claramente a relação entre design gráfico e pixação na transformação do espaço urbano. A pixação cria heterotopias visuais que escapam ao controlo institucional e dão origem a experiências alternativas para os observadores (Foucault, 1984; Wainer & Oliveira, 2010). O trabalho de Raphael Brunet exemplifica esta dimensão, ao transformar ruas em museus efémeros onde arte, design e pixação se combinam, produzindo camadas alternativas de memória e significação (Lippard, 1997). Em convergência com a teoria pós-moderna de Rick Poyner (2003), esses projetos exploram a fragmentação, a ironia e o choque visual como estratégias de rutura, confirmando que o design pode simultaneamente integrar-se nas estruturas institucionais e questioná-las desde dentro. De forma paralela, as intervenções de design gráfico crítico reaproveitam suportes institucionais para subverter mensagens e propor leituras críticas da cidade (Debord, 1967). Em conjunto, estas práticas evidenciam como linguagens visuais divergentes e complementares moldam a paisagem urbana, promovendo resistência, identidade coletiva e pertencimento social (Harari, 2015).

5.2 IMPACTO DAS PRÁTICAS NO ESPAÇO URBANO

As práticas visuais analisadas revelam um impacto profundo e multifacetado na configuração do espaço urbano. Para além de funcionarem como linguagens estéticas, estas práticas transformam a cidade em campo de disputa simbólica, afetando tanto a perceção coletiva como a experiência individual dos seus habitantes. Lefebvre (1991) defende que o espaço é socialmente produzido e continuamente resignificado pelas dinâmicas de poder e os dados recolhidos confirmam essa premissa, mostrando como a pixação e o design gráfico alternativo se apropriam das superfícies urbanas para questionar as narrativas dominantes e propor leituras críticas da cidade.

O impacto da pixação manifesta-se de forma particular na transformação de edifícios e infraestruturas em suportes visuais que escapam ao controlo institucional. Como documentam Wainer e Oliveira (2010), a prática verticalizada da pixação em São Paulo, reproduzida também noutras cidades, cria uma marca de pertença coletiva que reconfigura a perceção do espaço. Essa ocupação de lugares inatingíveis não só desafia a ordem estética e legal, mas também reforça a noção de heterotopia (Foucault, 1984), criando zonas visuais que escapam ao quotidiano normativo e instauram novas experiências para quem observa.

Do ponto de vista do design gráfico, intervenções como as do coletivo Adbusters ou MAIS-MENOS evidenciam um impacto distinto, mas igualmente transformador. Ao subverterem mensagens publicitárias e introduzirem ironia visual nos espaços da cidade, estas práticas confirmam o diagnóstico de Debord (1967) sobre a sociedade do espetáculo, propondo uma crítica direta às lógicas de consumo e alienação. A apropriação de suportes oficiais, como cartazes e painéis de publicidade, transforma a paisagem urbana em espaço de reflexão crítica, promovendo novas camadas de leitura que desafiam a passividade do observador.

O impacto simbólico destas práticas pode também ser compreendido à luz da análise de Crow (2016), segundo a qual os signos visuais funcionam como sistemas de significação que adquirem sentido no contexto sociocultural. Ao introduzirem signos alternativos, tanto a pixação como o design gráfico ampliam o repertório semiótico da cidade, multiplicando significados e desestabilizando códigos visuais convencionais. A partir das entrevistas realizadas, observa-se que os praticantes reconhecem a cidade como “tela coletiva”, na qual as suas intervenções funcionam como interrupções críticas na paisagem homogeneizada, reforçando a diversidade e o dinamismo do espaço urbano.

Há ainda um impacto direto na experiência quotidiana dos habitantes, como argumenta Lippard (1997), o espaço público é composto por camadas de memória coletiva e experiências locais, neste sentido, a pixação e o design gráfico inserem-se como dispositivos de recordação, resistência e pertença. Ao romperem com a previsibilidade visual imposta por governos e corporações, estas práticas introduzem “ruído” estético que, longe de ser apenas uma perturbação, amplia a vitalidade democrática da cidade, tornando-a mais aberta à diversidade cultural. O trabalho de Raphael Brunet ilustra particularmente este impacto ao transformar a própria rua em

museu, a iniciativa reconfigura o espaço urbano em heterotopias visuais, tal como Foucault (1984) descreve, permitindo que a cidade funcione simultaneamente como lugar de circulação quotidiana e como espaço de contemplação crítica. A sobreposição entre arte, design e pixação cria um palimpsesto urbano, no qual diferentes camadas de tempo, identidade e resistência se inscrevem sobre as superfícies da cidade (Lippard, 1997).

Por fim, o impacto destas práticas deve ser lido também em termos de identidade social. Harari (2015) sublinha que as narrativas partilhadas moldam identidades coletivas e nesse sentido, tanto o design gráfico como a pixação funcionam como narrativas visuais que inscrevem novas histórias na cidade. Estas histórias não se limitam a ser estéticas, são reivindicações políticas e sociais que transformam o espaço urbano em território de resistência e diálogo cultural. Assim, o impacto das práticas analisadas não reside apenas na alteração física da paisagem, mas sobretudo na capacidade de gerar reflexão crítica, pertença comunitária e novas formas de interação entre cidadãos e cidade.

5.3 IDENTIDADE VISUAL E NARRATIVAS CONTESTATÓRIAS

A construção da identidade visual urbana está intrinsecamente ligada às práticas de design gráfico e pixação, que funcionam como linguagens visuais complementares e antagónicas, responsáveis por inscrever narrativas contestatórias no espaço público (Lefebvre, 1991). Enquanto o design gráfico, mesmo nas suas vertentes mais subversivas, mantém uma relação institucionalizada com a cidade (Lupton, 2010; Heller, 2009), a pixação emerge como prática marginal, cuja potência reside na recusa explícita das convenções visuais e sociais (Wainer & Oliveira, 2010; Medeiros, 2018; Chastanet & Heller, 2007). Esta dualidade, longe de representar apenas oposição, contribui para uma identidade urbana plural e em constante renegociação (Lippard, 1997; Foucault, 1984; Harari, 2015).

Segundo Lefebvre (1991), o espaço urbano é produto social continuamente transformado pelas interações de diferentes agentes. A pixação, ao apropriar-se de fachadas, muros e edifícios, afirma uma identidade coletiva construída pelos praticantes a partir da transgressão, funcionando como um ato gráfico de resistência que se inscreve contra os discursos dominantes. Como documentam Wainer e Oliveira (2010), em cidades como São Paulo, a estética críptica e verticalizada da pixação é simultaneamente ilegível para a maioria e profundamente significativa para os praticantes, o que cria uma comunidade identitária que se reconhece através dessa linguagem. Os dados das entrevistas confirmam esta dimensão e mostram que os pixadores identificam a sua escrita como “assinatura” e “presença na cidade”, demonstrando como o ato de inscrever é inseparável da afirmação de pertença.

O design gráfico subversivo, por outro lado, inscreve narrativas contestatórias através da apropriação crítica de códigos institucionais. Casos como o coletivo Adbusters exemplificam como a desconstrução de mensagens publicitárias e o *détournement* de marcas corporativas questionam os valores da sociedade de consumo, em consonância com a crítica de Debord (1967) à alienação da imagem. As campanhas analisadas demonstram como o design gráfico, ao utilizar ironia, fragmentação e choque visual, características identificadas por Poynor (2003) no design pós-moderno, consegue dialogar com públicos amplos e introduzir espaços com camadas de reflexão crítica dentro de contextos que, à partida, se orientariam apenas para a promoção de consumo.

A coexistência destas linguagens confirma a leitura de Crow (2016), que entende os signos visuais como elementos semióticos cujo significado depende do contexto cultural e do grupo de referência. A pixação, ao romper com os princípios de legibilidade e visibilidade defendidos por designers como Ellen Lupton (2010), cria uma estética que rejeita a comunicação universal em favor de uma comunicação restrita e identitária. Esta recusa da legibilidade pode ser lida como gesto contestatório, pois desafia a expectativa de clareza associada à comunicação. Nas entrevistas realizadas, essa intencionalidade foi sublinhada pelos praticantes, que afirmaram que a cidade não precisa de entender, só precisa ver que existem, evidenciando que a identidade contestatória é mais performativa do que informativa.

Do ponto de vista da memória coletiva, Lippard (1997) defende que as intervenções visuais no espaço público resgatam e reconfiguram camadas de experiência local. Os projetos de Raphael Brunet ilustram essa perspectiva, ao transformar o espaço urbano num repositório vivo de identidades visuais alternativas. As obras expostas funcionam como narrativas gráficas que recontam a cidade fora das instituições tradicionais de legitimação cultural, oferecendo ao público novas possibilidades de interpretação e pertença.

Harari (2015) acrescenta que as sociedades se organizam em torno de narrativas partilhadas que moldam identidades coletivas. Nesse sentido, tanto o design gráfico subversivo como a pixação funcionam como narrativas insurgentes que desafiam as histórias oficiais da cidade. A repetição de assinaturas na pixação ou a apropriação de logotipos em cartazes subversivos são atos gráficos que, ainda que distintos, partilham a função de criar comunidades de significado e opinião. Assim, a identidade visual urbana resultante destas práticas é marcada pela contestação: trata-se de uma identidade não estabilizada, mas constantemente em disputa, que transforma a paisagem da cidade num campo aberto para novas leituras e resistências.

Em síntese, as teorias convergem na demonstração de que a identidade visual urbana não se constrói apenas através de narrativas institucionais, mas sobretudo pela presença de práticas contestatórias que questionam, perturbam e enriquecem o tecido visual da cidade. A pixação e o design gráfico, ao atuarem como linguagens insurgentes, reforçam a ideia de que a cidade é simultaneamente palco e protagonista de uma luta simbólica pela visibilidade, pelo reconhecimento e pela redefinição das suas narrativas coletivas.

5.4 COEXISTÊNCIA DE PRÁTICAS VISUAIS SUBVERSIVAS

A análise dos dados recolhidos evidencia que a paisagem urbana contemporânea é marcada pela coexistência de múltiplas práticas visuais subversivas, entre as quais o design gráfico e a pixação se destacam pela sua relevância e impacto. Esta coexistência não deve ser interpretada apenas como um conflito estético, mas antes como um diálogo dinâmico que contribui para a complexidade identitária da cidade. Foucault (1984) descreve as heterotopias como espaços onde diferentes lógicas coexistem em simultâneo, mesmo que em tensão; o cruzamento entre o design gráfico e a pixação configura precisamente essas heterotopias visuais, criando “lugares outros” dentro da cidade, onde narrativas alternativas encontram espaço de expressão.

As entrevistas realizadas confirmam esta perspectiva: enquanto os designers sublinham a necessidade de comunicar de forma clara e visível, os pixadores enfatizam a recusa da legibilidade como forma de resistência. Embora partam de pressupostos distintos, ambas as práticas convergem no questionamento das normas visuais hegemónicas, abrindo espaço para novas formas de apropriação e significação do ambiente urbano. O espaço urbano é produto de negociações constantes entre diferentes agentes sociais assim, a coexistência entre práticas autorizadas e não autorizadas reforça a ideia de que a cidade é um campo de disputa simbólica, aberto a múltiplas leituras (Lefebvre, 1991).

Exemplos práticos, como as campanhas dos Adbusters e as intervenções de MAISMENOS, mostram como o design gráfico subversivo opera dentro de canais institucionalizados para introduzir narrativas críticas. Em paralelo, a pixação ocupa o espaço marginal e ilegal, introduzindo uma estética crua que desafia diretamente as normas de ordem e clareza visual. Apesar das diferenças, os resultados sugerem que estas práticas não se anulam mutuamente, pelo contrário, reforçam-se, pois a presença da pixação intensifica a percepção da rebeldia estética no espaço urbano, enquanto o design gráfico subversivo legitima a contestação dentro das esferas institucionais.

Do ponto de vista semiótico, os signos adquirem sentido no contexto social que os interpreta (Crow, 2016). A coexistência entre as práticas estudadas cria um ecossistema visual híbrido, em que os signos ilegíveis e fragmentados convivem com mensagens visuais altamente elaboradas. Essa sobreposição de linguagens confirma a ideia de que as camadas visuais da cidade se

inserir, se sobrepõem e se reconfiguram constantemente, criando um tecido estético complexo e plural (Lippard, 1997).

O impacto desta coexistência estende-se à dimensão identitária e política. Harari (2015) sublinha que as comunidades humanas se estruturam em torno de narrativas partilhadas. Assim, a coexistência de práticas visuais subversivas amplia o leque de narrativas possíveis, permitindo que diferentes grupos sociais se expressem e disputem visibilidade no espaço público. Raphael Brunet ilustra de forma exemplar essa convivência ao integrar diferentes formas de expressão gráfica na rua, o projeto legitima a pluralidade visual da cidade e convida o público a refletir criticamente sobre os discursos dominantes e as imagens globalmente reconhecidas.

Por fim, a coexistência de práticas visuais subversivas confirma a crítica de Debord (1967) à sociedade do espetáculo, ao revelar fissuras no sistema visual dominante que são centrais para a vitalidade cultural da cidade. A tensão entre institucional e marginal, entre legível e ilegível, entre autorizado e insurgente, não é um obstáculo, mas sim um motor que alimenta a transformação contínua da paisagem urbana. Assim, a coexistência de práticas visuais subversivas deve ser entendida como condição essencial para a pluralidade, a diversidade e a autenticidade das narrativas urbanas contemporâneas.

PROJETO

6.1 CONCEITO

Este projeto parte da reflexão sobre a cidade enquanto palimpsesto urbano, um espaço marcado por sucessivas camadas de inscrições humanas — visuais, sociais e simbólicas — que se sobrepõem e dialogam entre si, modificando e resignificando o espaço urbano (Lefebvre, 1991). A proposta de intervenção pretende explorar estas camadas de forma interativa através de cartazes instalados em locais estratégicos da cidade. Cada cartaz incorpora realidade aumentada (Azuma, 1997) para revelar diferentes dimensões da paisagem urbana, destacando as camadas sociais (Harari, 2015) e a relação entre o design gráfico e a pixação, mostrando que juntos moldam o espaço público (Lippard, 1997). Esta abordagem permite materializar visualmente a tensão entre os elementos oficializados do design gráfico e as práticas marginais da pixação, promovendo uma experiência de leitura múltipla e reflexiva da cidade. Além disso, os cartazes serão diferentes entre si, mostrando realidades e camadas específicas de cada local, reforçando a ideia de que a cidade é composta por narrativas variadas e em constante diálogo (Harari, 2015).

A utilização de camadas visuais no cartaz — texturas, riscos, e interferências gráficas — reflete essa condição da cidade: um espaço em constante transformação (Lefebvre, 1991), onde a legibilidade é parcial, fragmentada e por vezes até negada (Heller, 2009; Poynor, 2003). Assim como a pixação desafia os códigos visuais hegemónicos e recusa a comunicação transparente (Nascimento, 2015; Chastanet, 2007; Medeiros, 2018), também este projeto se afasta da linguagem explícita e aposta na ambiguidade visual (Crow, 2016), obrigando o observador a confrontar-se com o que não está dito nem explicado.

O recurso à realidade aumentada (AR) (Azuma, 1997; Menezes, 2011) intensifica esta experiência uma vez que o público é convidado a atravessar as camadas gráficas criadas artificialmente e a descobrir, por trás delas, um espaço urbano aparentemente limpo, reduzido ao preto e branco e à falta de contraste. Este projeto destaca duas ideias centrais: que a cidade nunca é neutra, mesmo quando está aparentemente limpa ou intocada (Foucault, 1984) e que é precisamente a acumulação de camadas visuais e simbólicas que lhe dá densidade cultural e sentido coletivo (Lippard, 1997).

O projeto cria, assim, uma experiência gráfica e interativa que traduz a noção de heterotopia de Foucault (1984), um espaço-outro, onde coexistem diferentes camadas de realidade e onde a linguagem, em vez de esclarecer, abre espaço para a dúvida, a frustração e a reflexão crítica.

Em síntese, o projeto propõe a criação de cartazes distribuídos por diversos pontos da cidade, que integrarão camadas de realidade aumentada para revelar múltiplas dimensões da paisagem urbana, conectando o design gráfico e a pixação. O conceito assenta na exploração das camadas, da opacidade e da não-legibilidade como estratégias de design, criando uma composição visual que desafia a percepção imediata e impede a comunicação linear. Ao trabalhar com a opacidade, a não-legibilidade e a sobreposição, o projeto traduz essa condição de uma cidade que nunca se mostra na sua totalidade. Ao invés de oferecer uma mensagem direta, o projeto aposta na ambiguidade e na estranheza como forma de provocar o observador e levá-lo a refletir

6.2 ESTRUTURA E ELEMENTOS

A estrutura do projeto organiza-se em torno da ideia de camadas, entendida tanto como recurso visual e técnico como enquanto metáfora para a construção da cidade (Lefebvre, 1991; Foucault, 1984). Cada elemento desempenha um papel simbólico e contribui para a experiência proposta ao observador.

Todos os cartazes seguirão os mesmos princípios, alterando os conteúdos. O ponto de partida é a fotografia de um espaço urbano intocado que funciona como base neutra. Este registo fotográfico representa a materialidade arquitetónica da cidade antes de ser atravessada pelas marcas culturais e sociais (Lippard, 1997; Miranda, 2024). É, de certa forma, a “primeira camada”, que remete à neutralidade ou objetividade do espaço urbano. Sobre esta base, são adicionadas camadas gráficas digitais: texturas, riscos, manchas, interferências visuais, elementos de pixação e exemplos de design gráfico. Estas camadas representam as inscrições sociais que, com o tempo, se acumulam sobre a cidade, funcionando como testemunho das interações humanas, mas também como ruídos que distorcem a legibilidade do espaço, enquanto a pixação reforça a presença de vozes marginais e insurgentes, resignificando o espaço urbano (Crow, 2016; Chastanet & Heller, 2007). Essa dimensão dialoga com a ideia de que a cidade é construída por sobreposições que nunca se revelam por inteiro, deixando sempre zonas de sombra e opacidade que promovem o espírito crítico e a reflexão (Debord, 1967; Lefebvre, 1991).

Um terceiro elemento fundamental é a camada sólida de cor, aplicada sobre as anteriores (figura 31). Esta superfície funciona como representação de uma parede gráfica que cobre parcialmente as camadas subjacentes, deixando apenas fragmentos visíveis. Este gesto remete para os processos sociais e políticos de ocultação: tal como determinadas narrativas urbanas são apagadas ou invisibilizadas (Lefebvre, 1991; Harari, 2015).

A experiência é expandida pelo recurso à realidade aumentada (AR), que permite ao observador atravessar todas as camadas e descobrir o que está por trás delas (Azuma, 1997; Menezes, 2011; Hou, 2022). Este gesto não só remete para uma outra dimensão do mesmo espaço, mas também coloca em evidência as camadas que normalmente são invisibilizadas e que condicionam a leitura da cidade (Lefebvre, 1991; Lippard, 1997).

Por fim, a escolha da ambiguidade visual e da ausência de texto direto é um elemento estrutural central. A não-legibilidade das camadas gráficas remete para linguagens urbanas fechadas, que não comunicam de forma imediata, mas que ainda assim possuem significados relevantes para quem as produz e para quem as experiencia (Crow, 2016). Ao invés de oferecer uma mensagem única e transparente, o projeto cria um campo de significações múltiplas, no qual cada observador deve confrontar-se com a frustração do não entendimento e com a necessidade de construir a sua própria interpretação, tal como fazemos com a paisagem urbana da qual fazemos parte.

Foi desenvolvido um mosaico (figura 28) que serve de planificação para a elaboração dos restantes cartazes, combinando camadas de texturas, design gráfico e pixação.

Os cartazes serão distribuídos por diferentes pontos da cidade, tendo em conta as limitações práticas do uso da realidade aumentada (figura 29, 30 e 31). Cada localização será pensada para permitir que o observador se mantenha parado durante algum tempo, garantindo uma experiência de imersão completa nas camadas visuais e digitais propostas. Esta escolha reforça a dimensão contemplativa e crítica do projeto, ao oferecer tempo e espaço para que cada pessoa percorra mentalmente as múltiplas camadas que compõem a paisagem urbana.



Figura 29_ Cartaz misturado com a paisagem urbana



Figura 30_ Cartaz misturado com a paisagem urbana

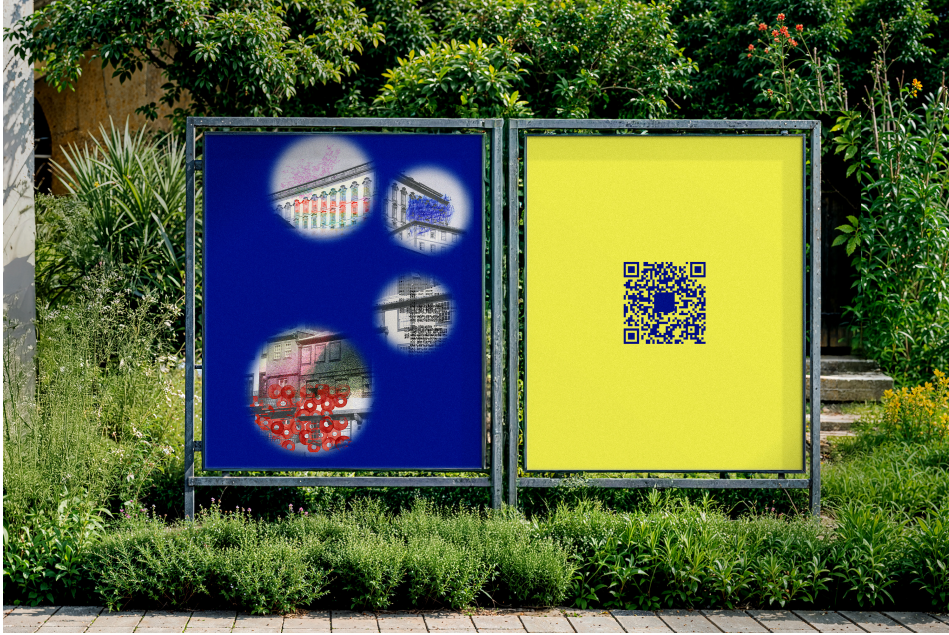


Figura 31_ Cartaz misturado com a paisagem urbana

Paralelamente, as redes sociais e a meios físicos desempenharão um papel estratégico na promoção desta exposição. Serão partilhadas pequenas pistas para a localização dos cartazes, de modo a incentivar a exploração ativa por parte do público. Esta estratégia permitirá que os observadores descubram conteúdos visuais e interativos exclusivos. Assim, a combinação do espaço físico (figura 32, 33, 34, 35, 36, 37 e 38) e do digital (figura 39) cria uma dinâmica de participação e descoberta, convidando o público a conhecer as camadas invisíveis da cidade e estimulando uma leitura mais crítica e envolvente do ambiente urbano.

Neste enquadramento, a linguagem gráfica adotada foi concebida como uma extensão direta do espaço urbano e das suas dinâmicas visuais. A escolha tipográfica recai sobre uma tipografia *sans serif* de grande peso visual, esta opção estabelece uma tensão intencional entre legibilidade e saturação visual: se, por um lado, a tipografia apresenta uma leitura clara e direta, por outro, a sua repetição, sobreposição e organização em blocos densos desafiam a leitura linear e imediata, aproximando-se das estratégias gráficas da pixação e do cartaz de protesto. A leitura constrói-se, assim, de forma progressiva e experiencial.

A paleta cromática centrada essencialmente na combinação de preto e amarelo, reforça esta lógica de confronto visual. O amarelo, frequentemente associado a contextos de alerta, sinalização provisória e intervenção no espaço público, funciona como elemento de rutura na paisagem urbana, captando a atenção do observador e assinalando a presença de um acontecimento temporário. O preto, por sua vez, atua como contraponto de densidade e autoridade gráfica, remetendo para linguagens de resistência e contestação. A utilização sistemática destas cores cria um sistema gráfico coerente e reconhecível, que se impõe no espaço urbano e reforça a ideia de urgência e deslocamento.





Figura 33_ Comunicação visual



Figura 34_ Comunicação visual



Figura 35_ Comunicação visual



Figura 36_ Comunicação visual

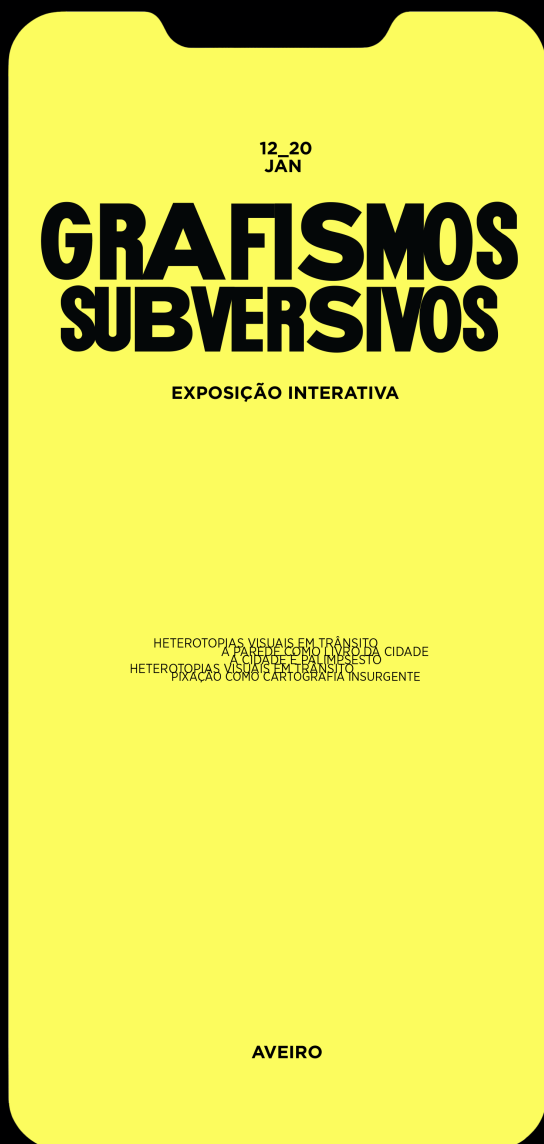


Figura 39_ Exemplos de conteúdo para redes sociais

Neste enquadramento, a linguagem gráfica adotada foi concebida como uma extensão direta do espaço urbano e das suas dinâmicas visuais. A escolha tipográfica recai sobre uma tipografia *sans serif* de grande peso visual, esta opção estabelece uma tensão intencional entre legibilidade e saturação visual: se, por um lado, a tipografia apresenta uma leitura clara e direta, por outro, a sua repetição, sobreposição e organização em blocos densos desafiam a leitura linear e imediata, aproximando-se das estratégias gráficas da pixação e do cartaz de protesto. A leitura constrói-se, assim, de forma progressiva e experiencial.

A paleta cromática centrada na combinação de preto e amarelo, reforça esta lógica de confronto visual. O amarelo, frequentemente associado a contextos de alerta, sinalização provisória e intervenção no espaço público, funciona como elemento de rutura na paisagem urbana, captando a atenção do observador e assinalando a presença de um acontecimento temporário. O preto, por sua vez, atua como contraponto de densidade e autoridade gráfica, remetendo para linguagens de resistência e contestação. A utilização sistemática destas cores cria um sistema gráfico coerente e reconhecível, que se impõe no espaço urbano e reforça a ideia de urgência e deslocamento.

6.3 PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO

O desenvolvimento do projeto partiu da seleção de uma imagem *royalty free*²⁵ de um espaço urbano que apresentava edifícios intocados, escolhida como ponto de partida para a construção da narrativa visual. Esta imagem inicial (figura 40) foi editada digitalmente, reduzindo contrastes e sombras e convertendo-a para preto e branco, de modo a acentuar a ideia de uma cidade “intocada”, sem identidade própria, ainda não atravessada pelas camadas simbólicas e sociais que normalmente a caracterizam.



Figura 40_ Fotografia utilizada como camada base

Sobre esta base neutra foram aplicadas camadas de texturas digitais, imagens da prática da pixação e obras de design gráfico, adicionadas exclusivamente sobre os edifícios que funcionam como metáfora para as camadas que a cidade acumula no quotidiano (figura 41).

Para reforçar a materialidade destas camadas, o resultado gráfico foi impresso e posteriormente digitalizado novamente. Este gesto não teve apenas uma função técnica, mas também simbólica: o ato de imprimir e reintroduzir a textura física da impressão no digital acentua a tensão entre o material e o imaterial, entre o tangível da cidade e o intangível da sua representação gráfica digital. Ao mesmo tempo, a impressão e o scan serviram como processo de uniformização, nivelando as texturas digitais e o plano de fundo, e trazendo uma coesão visual que reforça a leitura das camadas como parte de um mesmo corpo urbano.

²⁵ Livre de direitos autorais

“royalty-free” no Dicionário infopédia de Inglês - Português [em linha]. Porto Editora



Figura 41_ Fotografia base com as camadas

A etapa final consistiu na criação de uma camada sólida de cor, aplicada sobre a composição resultante (figura 42). Esta superfície opaca foi idealizada de modo a ocultar grande parte das camadas anteriores, permitindo apenas que fragmentos fossem visíveis. Esta ocultação intencional reforça o caráter enigmático da obra, convidando o observador a questionar aquilo que permanece escondido.



Figura 42_ Composição final do cartaz para a exposição

Assim, o processo de desenvolvimento traduziu-se não apenas numa sequência de etapas digitais, mas num exercício de reflexão crítica sobre a construção da cidade como sistema de camadas. O gesto de partir de uma imagem intocada e progressivamente sobrepor, materializar e ocultar elementos visuais torna-se uma metáfora para a forma como o espaço urbano é continuamente produzido, significado e regulado pelas práticas humanas e pelas estruturas de poder.

6.4 IMPLEMENTAÇÃO

A implementação do projeto correspondeu ao momento em que a investigação teórica e a experimentação prática se materializaram numa experiência híbrida, que combina o espaço físico do cartaz impresso com a dimensão imersiva proporcionada pela realidade aumentada. Foi utilizado o Adobe Aero²⁶ como *software* para o desenvolvimento e criação da experiência uma vez que permite a construção de camadas digitais ancoradas em superfícies físicas, recriando de forma visual e experiencial a lógica das camadas urbanas invisíveis que estruturam a cidade contemporânea. O espaço não é neutro, mas sim produzido socialmente, atravessado por dinâmicas de poder e por múltiplas inscrições simbólicas. A implementação do projeto em RA torna-se, assim, uma metáfora para a percepção dessas camadas invisíveis, que se revelam apenas quando o sujeito se move, questiona e investiga.

O processo teve início com a importação para o ambiente tridimensional de todos os elementos visuais previamente criados. Em primeiro lugar, a imagem de base em preto e branco que funciona como uma representação da cidade intocada, homogénea e sem identidade, um espaço desprovido de inscrição humana e cultural. Seguida por todas as texturas adicionadas, separadas por camadas, que simbolizam as sedimentações quotidianas que conferem significado ao espaço urbano: marcas de presença, estéticas vernaculares, apropriações simbólicas e transformações visuais que emergem do uso coletivo da cidade. Por último, foi introduzida a camada sólida de cor, concebida como uma superfície opaca que oculta grande parte das camadas anteriores e permite ver apenas fragmentos. Esta parede visual assume a função de metáfora para as barreiras físicas e políticas que condicionam o acesso a uma visão plena da cidade, representando a forma como determinados discursos oficiais tentam regular e limitar o que é visível, apagando ou marginalizando práticas alternativas e não autorizadas.

No ambiente tridimensional do Adobe Aero, os elementos foram cuidadosamente organizados de acordo com os eixos X, Y e Z, criando um campo de profundidade que apenas se revela mediante a interação do observador e o deslocamento do mesmo no espaço. Esta distância entre as camadas reflete a própria lógica da paisagem urbana, construída por estratos históricos, sociais e políticos que se sobrepõem de forma desigual. O ponto de ancoragem definido foi o cartaz impresso, que funciona como objeto físico e interface entre o real e o virtual. Ao apontar o dispositivo móvel para o cartaz, o espectador ativa a experiência em RA, revelando a arquitetura digital invisível ao olhar comum. Esta relação entre o suporte físico e a expansão digital reforça a dimensão crítica do projeto: tal como a cidade, o cartaz não é apenas uma superfície bidimensional, mas sim um espaço de disputa, marcado por camadas ocultas que pedem para ser desvendadas (Lippard, 1997).

A experiência convida o observador a atravessar essas camadas com o seu corpo e o seu olhar (figura 43 e 44). O simples movimento em direção ao cartaz revela novas perspetivas e relações entre as texturas, os elementos gráficos e as camadas de pixação que representam vozes marginais e insurgentes, transformando a obra numa experiência dinâmica, processual e não linear. A realidade aumentada expande a percepção e oferece ao utilizador a possibilidade de ver além da superfície visível, tornando explícita a ideia de que toda a cidade é uma construção de múltiplos discursos e práticas onde o design institucional e a pixação coexistem em tensão e diálogo.

²⁶ “O Adobe Aero é a única plataforma de criação e visualização de realidade aumentada (AR) que facilita que os designers e desenvolvedores projetem, colaborem e publiquem experiências envolventes interativas no mundo real.” (Adobe Inc., 2025)

A metáfora assume, portanto, um caráter sensorial: compreender a cidade exige deslocamento, esforço crítico e disponibilidade para atravessar barreiras, da mesma forma que o espectador precisa de explorar e interagir para aceder às camadas ocultas da composição.

Assim, a implementação não se limita a um exercício técnico de manipulação de *software*, mas constitui-se como um dispositivo crítico que expõe a tensão entre o visível e o invisível, entre o que é revelado e o que é ocultado, entre as narrativas dominantes e as práticas disruptivas. Ao romper a bidimensionalidade do cartaz e expandi-lo para o espaço tridimensional, o projeto propõe uma experiência imersiva que encarna a noção de “produção do espaço” desenvolvida por Lefebvre (1991), entendida como um processo contínuo de sobreposição de significados, usos e disputas. Neste sentido, a realidade aumentada não é empregue como mera ferramenta de interação tecnológica, mas como linguagem crítica, que problematiza a cidade como palimpsesto e convida o público a repensar a paisagem urbana e as suas camadas simbólicas, sociais e políticas.

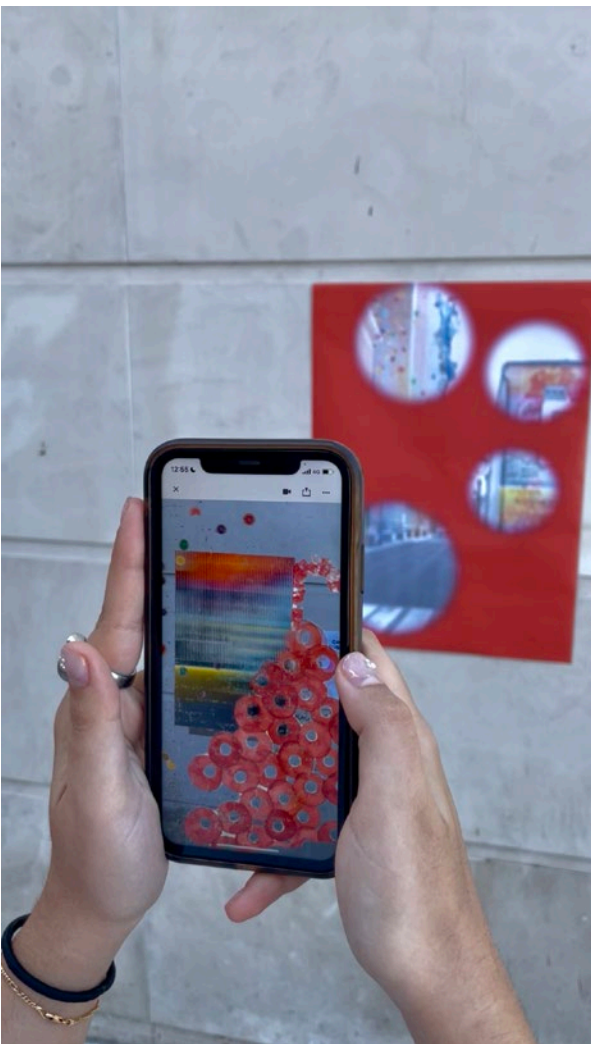


Figura 43_ Ponto de vista do observador

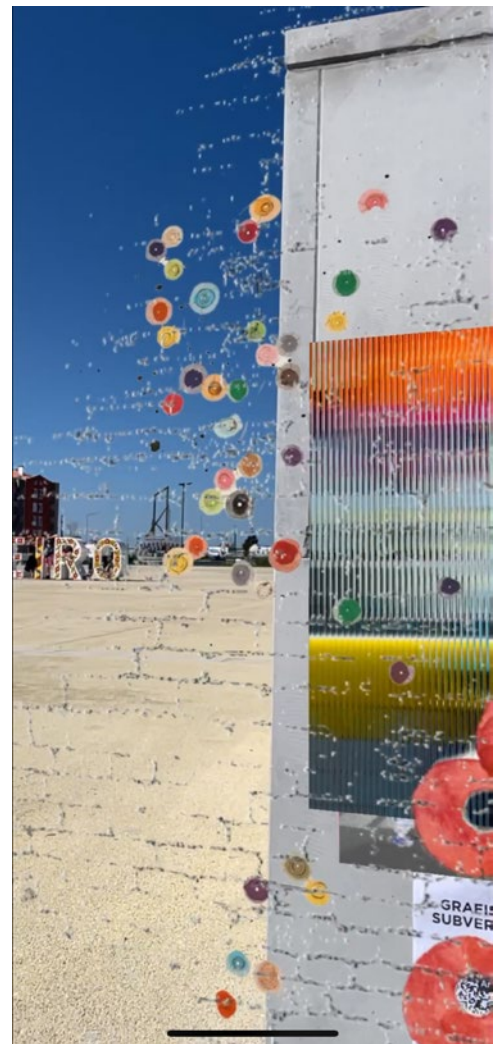


Figura 44_ Interior da experiência



https://youtube.com/shorts/OD_egQkyBxE?feature=share



<https://youtube.com/shorts/dJWg6ZLTnv4?feature=share>

6.5 RESULTADOS ESPERADOS E IMPACTO

O projeto pretende criar resultados que ultrapassam a dimensão estética, propondo-se como uma experiência crítica que questiona a forma como percebemos e habitamos a cidade. O impacto esperado decorre da criação de uma linguagem gráfica que, ao invés de comunicar de forma direta, aposta na ambiguidade, na sobreposição e na opacidade como estratégias de problematização do espaço urbano. O objetivo não é oferecer respostas, mas antes suscitar perguntas: o que vemos da cidade? O que permanece invisível? Que camadas são legitimadas e quais são silenciadas? Neste sentido, os resultados esperados situam-se no campo da reflexão e da consciência crítica, promovendo uma relação ativa entre o observador e a obra.

Do ponto de vista da experiência individual, espera-se que o público, ao interagir com o cartaz e realidade aumentada, se confronte com a ideia de que a cidade não é uma entidade estática nem transparente, mas sim um organismo vivo, composto por camadas de significados sociais, políticos e culturais em constante disputa, ainda que por vezes se torne confuso ou de difícil compreensão. Ao atravessar as camadas gráficas com o seu corpo e dispositivo, o espectador vivencia uma metáfora sensorial daquilo que Lefebvre (1991) descreve como a produção social do espaço, reconhecendo que a paisagem urbana é construída a partir de múltiplas vozes e práticas, algumas visíveis e outras sistematicamente ocultas.

Em termos de impacto coletivo, a proposta inscreve-se no campo do design gráfico contemporâneo como um contributo para pensar o papel do designer enquanto mediador de discursos e criador de heterotopias (Foucault, 1984). Ao articular o físico e o digital, a obra sugere a existência de um espaço outro, paralelo à superfície do cartaz, que apenas se revela mediante a interação crítica do público. Trata-se de um gesto que amplia o campo de ação do design gráfico, deslocando-o do território da comunicação direta para o da experiência estética e reflexiva, capaz de abrir fissuras na forma como nos relacionamos com a cidade.

Espera-se ainda que o impacto se manifeste na forma de estranhamento, no sentido defendido por Poynor (2003) ao discutir o pós-modernismo no design, em que a função da obra não é ser imediatamente compreendida, mas antes provocar desconforto, questionamento e a necessidade de construção ativa de significado por parte do observador. Ao confrontar o público com um objeto gráfico que não se explica por palavras e que exige exploração para ser compreendido, o projeto desafia os hábitos de leitura imediata que caracterizam a comunicação contemporânea.

Neste quadro, os resultados esperados não se resumem à produção de uma peça gráfica inovadora, mas incluem a capacidade de criar impacto simbólico e crítico, de transformar a percepção do espaço e de propor novas formas de relação entre o design gráfico, a paisagem urbana e os seus múltiplos significados.

6.6 POTENCIAL EDUCATIVO

O potencial educativo da investigação e do projeto manifesta-se em diferentes níveis, integrando tanto a dimensão teórica quanto a prática experimental. No campo da investigação, o estudo dos conceitos de produção do espaço (Lefebvre, 1991), das heterotopias (Foucault, 1984) e da semiótica aplicada à comunicação visual (Crow, 2016) contribui para a formação de um olhar crítico sobre a cidade e a forma como esta é construída, controlada e resignificada. A análise dos mecanismos de poder que estruturam a paisagem urbana, bem como da forma como as camadas simbólicas e visuais são constantemente adicionadas ou apagadas, oferece um contributo relevante para áreas como o design, a arte urbana e os estudos culturais (Lefebvre, 1991; Foucault, 1984). Assim, a investigação torna-se um recurso pedagógico que permite a estudantes e investigadores refletirem sobre a cidade não só como espaço físico, mas como território discursivo, ideológico e político.

Já no plano do projeto prático, o potencial educativo emerge da experiência que propor-

ciona ao observador. Através do uso da realidade aumentada e da construção de camadas gráficas, o público é levado a questionar o que vê e o que permanece invisível (Azuma, 1997), desenvolvendo competências de leitura crítica e de interpretação visual que o deixam mais consciente no seu dia a dia e do que o rodeia. Este processo educativo é ativo e participativo, pois exige do espectador mais do que uma recepção passiva: convida-o a atravessar as camadas, a experimentar a fragmentação e a perceber que a cidade nunca se apresenta de forma total ou transparente (Lefebvre, 1991). Essa experiência funciona como metáfora visual da própria investigação, que procura revelar as camadas invisíveis da paisagem urbana (Foucault, 1984).

CONCLUSÃO

7.1 RESULTADOS DA INVESTIGAÇÃO

Os resultados da investigação demonstram que a pixação, enquanto prática marginal e contestatória, exerce um papel central na construção da paisagem urbana e da sua identidade. Longe de ser apenas uma intervenção estética ou um ato de vandalismo, a pixação afirma-se como um gesto político e simbólico que torna visível aquilo que o espaço institucionalizado procura ocultar: as tensões sociais, as vozes periféricas e as narrativas que escapam ao controlo do poder hegemónico. Através da inscrição gráfica nos muros da cidade, os pixadores não só reclamam um direito ao espaço público, mas também criam novas camadas de significação que redefinem a forma como a cidade é vivida e representada.

A investigação revela igualmente que a coexistência entre práticas visuais institucionalizadas, como o design gráfico aplicado à comunicação urbana, e práticas insurgentes, como a pixação, promove um campo fértil para a leitura crítica da cidade contemporânea. Quando sobrepostas, estas práticas criam um palimpsesto urbano que reflete tanto as estruturas de poder que moldam o espaço como as resistências que nele se inscrevem.

Do ponto de vista cultural, os resultados indicam que a presença da pixação na paisagem urbana desafia a homogeneização promovida por linguagens gráficas institucionais, como a publicidade ou a sinalética, introduzindo no espaço comum uma linguagem fechada, muitas vezes incompreensível para quem não pertence ao grupo. Essa opacidade, longe de ser um defeito, constitui-se como estratégia de resistência, criando uma heterotopia visual onde se inscrevem identidades coletivas e formas alternativas de pertença.

A articulação entre as heterotopias de Michel Foucault, a teoria dos meios de Marshall McLuhan e a prática visual da pixação demonstra que o design gráfico pode ser entendido não apenas como ferramenta de comunicação, mas como elemento ativo na constituição de paisagens urbanas e de imaginários coletivos. Ao colocar em evidência as camadas visuais e simbólicas que compõem a cidade, este trabalho sugere que o design gráfico ultrapassa os limites do meio funcional para assumir um papel crítico e questionador.

A relação entre o design gráfico e a tipografia mostrou-se igualmente fundamental na análise da paisagem urbana. Enquanto o design gráfico institucional procura a clareza, a legibilidade e a uniformidade, sustentando-se em sistemas tipográficos normativos que organizam e controlam a comunicação visual, a pixação rompe com esses parâmetros e cria uma estética que privilegia a opacidade e a exclusividade. Este contraste evidencia duas formas de mediação do espaço, mas também de poder simbólico: uma que procura a homogeneização e outra que se ancora na resistência. A tipografia é uma linguagem visual carregada de ideologia que molda a experiência de leitura e de pertença. Nesse sentido, a coexistência entre o design gráfico e a pixação revela-se como um campo de disputa estética e política, em que a tipografia, seja pela procura de legibilidade ou pela recusa explícita dela, atua como mediadora na produção de significados urbanos. Esta

tensão confirma que a paisagem gráfica da cidade não é estática, mas negociada entre a ordem institucional e a insurgência visual, muitas vezes mediada através da tipografia.

O projeto desenvolvido concretiza e evidencia a diversidade de camadas identificadas na investigação, oferecendo ao observador uma experiência concentrada dos elementos visuais estudados. Ao articular práticas institucionais e insurgentes, como o design gráfico e a pixação, o projeto permite percorrer simultaneamente múltiplos níveis de significação, expondo a tensão entre ordem e resistência, clareza e opacidade. Esta abordagem possibilita uma leitura crítica e participativa da cidade, traduzindo a complexidade simbólica, ideológica e estética que estruturou a análise, e demonstrando que a paisagem urbana é simultaneamente palco de imposição e espaço de contestação, sendo a experiência visual do projeto um uma pequena parte dessas camadas sobrepostas. Essa perspectiva abre caminho para novas interpretações sobre a função do design gráfico, demonstrando que ele pode dialogar com práticas urbanas insurgentes, como a pixação, para produzir leituras críticas da realidade. Assim, o design não é apenas instrumento de clareza e legibilidade, mas também pode explorar a opacidade, a fragmentação e a multiplicidade de significados, ampliando o campo disciplinar para além das normas da comunicação visual tradicional.

Neste sentido, a investigação contribui para pensar no design gráfico como prática heterotópica: um espaço de desvio e contestação que, ao mesmo tempo, espelha e transforma a ordem social. Essa abordagem permite repensar os métodos e ferramentas do design, integrando camadas, transparências, meios digitais e tecnologias de realidade aumentada de forma a enriquecer a experiência do observador. Mais do que comunicar mensagens explícitas, este tipo de design procura provocar estranhamento, reflexão e diálogo, cativando uma sociedade saturada pelo excesso de estímulos visuais e pela normalização da comunicação institucional.

Ao unir design gráfico, teoria crítica e estudos urbanos, este trabalho demonstra o potencial do design enquanto mediador entre o espaço físico e o simbólico, entre a ordem instituída e as práticas de resistência. Assim, abre-se caminho para futuros estudos que explorem de forma mais aprofundada a cidade como suporte de experimentação gráfica, bem como para práticas de design que assumam um papel mais ativo na construção de imaginários urbanos alternativos e que usem novos suportes para o fazer.

Por fim, a investigação conclui que estas práticas, marginais ou oficiais, não devem ser vistas como realidades antagonicas, mas como dimensões complementares que, na sua convivência e conflito, tornam a cidade mais complexa, múltipla e aberta à interpretação. A leitura crítica da paisagem urbana, proposta tanto pela investigação como pelo projeto desenvolvido, evidencia que compreender a cidade implica reconhecer as suas camadas, visíveis e invisíveis, e admitir que a identidade urbana não é fixa, mas constantemente negociada entre imposição e contestação, silêncio e expressão, centro e margem.

7.2 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

Apesar de os resultados alcançados demonstrarem a relevância da investigação e do projeto, algumas limitações devem ser reconhecidas. Em primeiro lugar, embora a pesquisa tenha incluído entrevistas a pixadores, designers e artistas, trazendo a voz de protagonistas fundamentais destas práticas, não nos permite generalizar os resultados para a totalidade da comunidade. As perspectivas recolhidas são ricas e reveladoras, mas inserem-se num contexto específico, marcado por contextos individuais e locais.

Outra limitação refere-se à abrangência empírica: a análise centra-se sobretudo nos contextos brasileiro e português, deixando de fora outras realidades urbanas onde a pixação e práticas gráficas insurgentes podem assumir formas distintas. Tal reduz a possibilidade de comparações interculturais e limita a construção de conclusões universais.

Além disso, apesar da integração entre investigação teórica, entrevistas e prática, a leitura proposta continua a ser de natureza interpretativa, marcada por escolhas metodológicas. Esta subjetividade, inerente à investigação em design, pode ser considerada tanto uma limitação como uma característica enriquecedora do trabalho.

Do ponto de vista técnico, o projeto desenvolvido em realidade aumentada apresenta também restrições: a experiência do utilizador depende do acesso a dispositivos móveis e da familiaridade com tecnologias digitais, o que pode excluir determinados públicos. Do mesmo modo, a manipulação de imagens e a construção de camadas digitais, ainda que conceptualmente eficazes, não reproduzem na totalidade a complexidade material e social do espaço urbano real.

Estas limitações não invalidam os contributos da investigação, mas apontam para futuras linhas de aprofundamento, como a realização de entrevistas em maior escala, o envolvimento direto de outros autores urbanos e a comparação entre diferentes contextos geográficos para compreender como a pixação e o design gráfico dialogam com paisagens e culturas diversas.

7.3 RECOMENDAÇÕES E DIREÇÕES PARA FUTURAS INVESTIGAÇÕES

Os resultados obtidos nesta investigação apontam para a necessidade de ampliar o debate sobre o papel do design gráfico na paisagem urbana contemporânea. A análise da pixação como prática marginal e a sua relação com o design permitiu demonstrar que a cidade é um campo de disputa simbólica, onde diferentes linguagens visuais competem pela atenção e pela produção de significados. Contudo, este estudo não pretendeu esgotar o tema, pelo contrário, abre espaço para novas abordagens e metodologias que possam aprofundar a reflexão.

Uma primeira recomendação é o desenvolvimento de estudos comparativos internacionais, que analisem como diferentes cidades lidam com as práticas visuais de contestação e como o design gráfico pode dialogar com essas realidades. Tal comparação permitiria identificar padrões globais, mas também especificidades locais que moldam a construção das heterotopias urbanas de cada cidade.

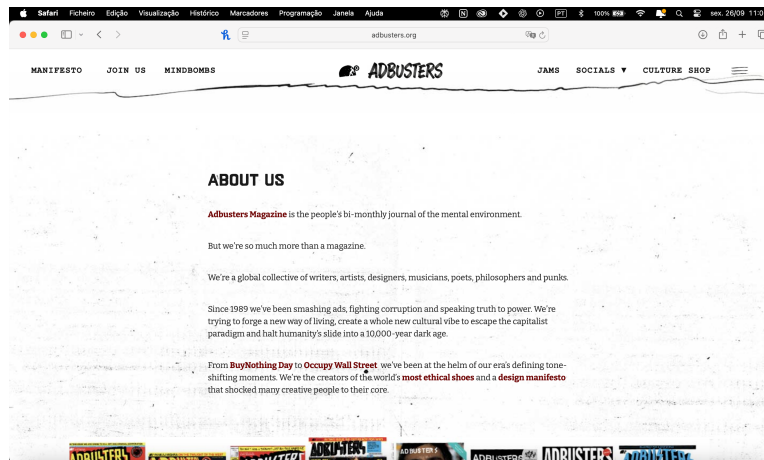
Em segundo lugar, sugere-se uma maior exploração da interseção entre design e tecnologias emergentes, nomeadamente a realidade aumentada, a inteligência artificial e as ferramentas de manipulação digital. Este projeto demonstrou o potencial criativo e crítico da realidade aumentada como meio para desconstruir camadas visuais da cidade. Futuras investigações poderiam expandir esse campo, testando diferentes formas de interação que ultrapassem a visualização e envolvam também dimensões sonoras, táteis ou participativas.

Outra direção relevante consiste em investigar o potencial educativo e social do design gráfico enquanto prática crítica. Ao invés de se limitar a comunicar mensagens claras, o design pode funcionar como ferramenta de questionamento e diálogo, abrindo espaço para reflexões coletivas sobre cidadania, apropriação do espaço público e identidade urbana. Neste sentido, seria pertinente explorar como o design pode ser integrado em programas educativos ou projetos comunitários que incentivem a leitura crítica da cidade.

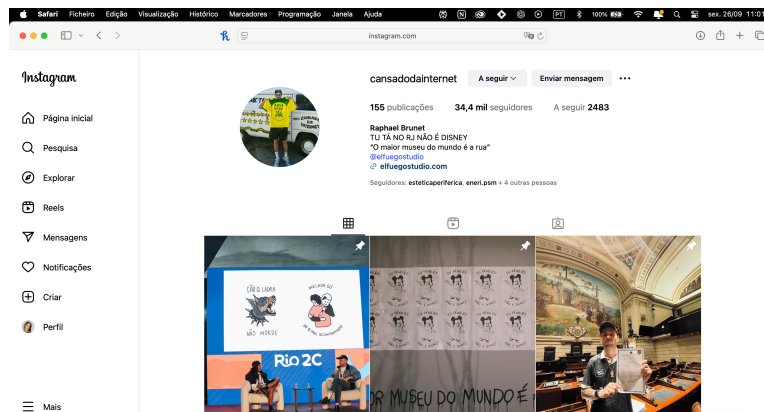
Finalmente, recomenda-se que investigações futuras considerem a própria prática projetual como método de pesquisa. Esta investigação já ensaiou esse caminho, mas um aprofundamento metodológico poderia consolidar o design como ferramenta epistemológica capaz de criar conhecimento sobre os modos de habitar, intervir e representar a cidade.

Assim, as futuras investigações deverão não só ampliar os horizontes teóricos, mas também propor novas formas de prática e experimentação, tornando o design gráfico mais abrangente, interativo e sintonizado com os desafios das cidades contemporâneas.

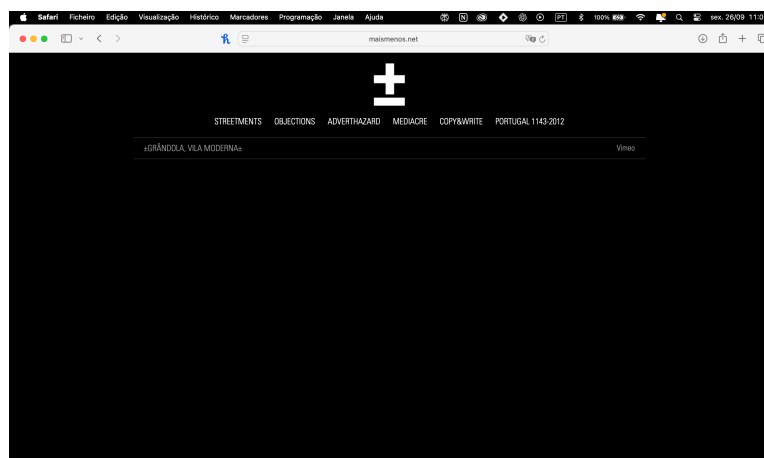
ANEXOS



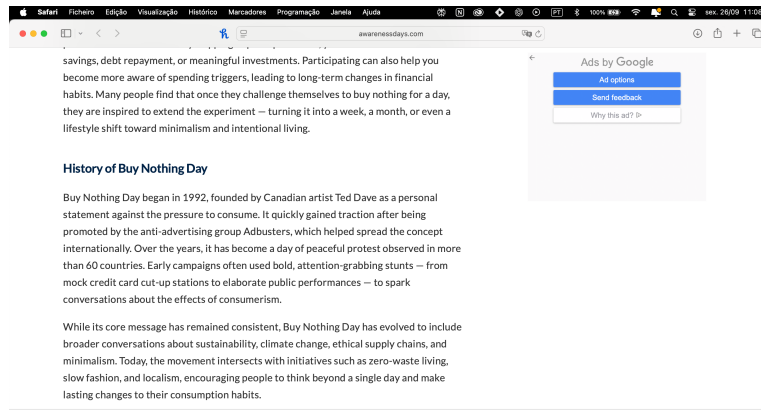
ANEXO 1_ Website Adbusters



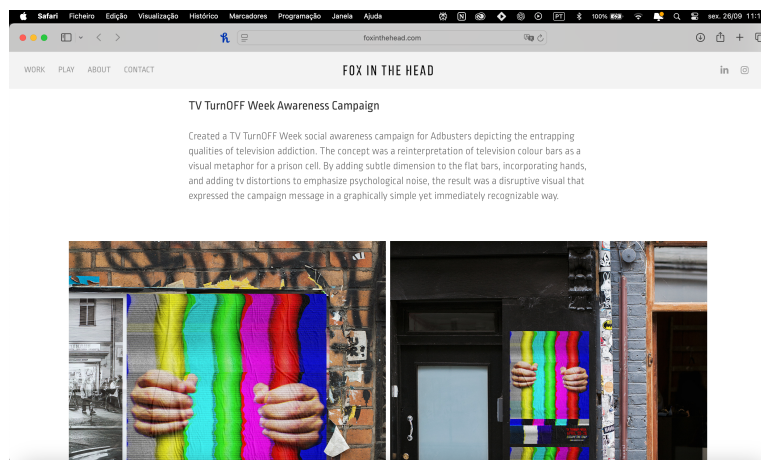
ANEXO 2_ Perfil Raphael Brunet



ANEXO 3_ Website MAISMENOS



ANEXO 4_ Website sobre “Buy Nothing Day”



ANEXO 5_ Website sobre “TV TURNOFF”

1. DESIGN GRÁFICO E PAISAGEM URBANA

1.1 • Qual é, para ti, o papel do design gráfico na construção visual da cidade? Vês o design como algo que organiza ou que perturba o espaço urbano?

Bom, o design gráfico, para mim, ele ajuda a organizar o espaço público, inovando, seguindo o urbanismo da cidade, também conta muito, porque cada cidade, cada lugar varia, da cultura local, da população. Então, o design gráfico, na minha opinião, sim, ele é essencial na construção, na organização, e tudo isso que envolve o espaço urbano.

2. IDENTIDADE E COMUNIDADE

2.1 • Como é que as linguagens visuais urbanas ajudam a construir identidades coletivas? Vês nisso uma tentativa de marcar presença ou de criar comunidade?

Bom, em São Paulo a gente consegue ver várias formas de comunicação, tanto quanto no marketing, quanto na arte urbana, na street, no movimento também do graffiti, do pixo. Eu acho que uma coisa se relaciona à outra, porque automaticamente construir essas identidades coletivas, automaticamente você também está criando uma comunidade. O pixo, por exemplo, ele é uma comunidade que foi na verdade consequência do momento histórico que a gente vivia, uma ditadura militar, e aí o pixo surge como essa comunidade de manifestantes que se manifestavam através da tinta e automaticamente constrói as identidades de quem faz o picho, de onde eram, de onde são, então acho que é tudo relacionado, uma coisa não anula a outra.

2.2 • O design e a street art podem ser vistos como formas de narrar uma cidade a partir das margens? Como?

Bom, posso não ter tanta autoridade para falar sobre o design, mas o papel da street art, eu acredito que é exatamente sobre narrar, sobre narrar o quotidiano dos coletivos, das comunidades. A street art surge nas cidades, ela surge exatamente com a necessidade de expressão. Às vezes a gente vê muita arte na rua que conversa com a urbanidade, com o local e com o tempo, com a linha histórica daquele lugar, daquele momento.

3. HETEROTOPIAS E REALIDADES ALTERNATIVAS

3.1 Michel Foucault fala das heterotopias como espaços “outros”, simultaneamente reais e simbólicos. De que forma achas que o design gráfico e/ou as práticas visuais criam realidades alternativas dentro do tecido urbano?

4. MEIO É A MENSAGEM (SUPORTE E CONTEXTO)

4.1 Marshall McLuhan afirmou que “o meio é a mensagem”. No contexto da cidade, concordas com esta ideia? Ou seja, consideras que o próprio suporte urbano — como a parede, o chão, o mobiliário urbano, etc. — já altera ou influencia o significado daquilo que é comunicado graficamente?

Bom, eu concordo, nessa afirmação que o meio é a mensagem, é como eu costumo usar o pixo de referência, o pixo em si, pronto, na parede tem um efeito, na sociedade, e o momento ali da performance do pixador, do grafiteiro da pessoa que está expressando a arte dela, o momento ele também se torna uma mensagem, sabe?

Eu tenho um amigo fotógrafo e a gente discute muito isso sobre registrar essa performance, esse momento. O momento que o pixo está sendo feito, ele é mais importante, do que o produto final. Porque na rua, como um movimento pixação, você está muito sujeito a não conseguir terminar, ali a sua expressão.

Então nesse momento, eu acredito que ali o contato com o pixador, com a tinta com o muro com o suporte que ele vai estar usando na cidade, seja um prédio seja uma janela seja um muro baixo, ele torna-se... O momento é essencial, porque sem a performance em si não tem o pixo. Então, acredito eu que depois de pronto, é só o produto final, sabe?

Já não é tão importante quanto esse processo de ir, fazer, pensar, se mobilizar para aquilo acontecer, para aquela ação para aquela arte acontecer.

4.2 • Na tua opinião, o impacto de um cartaz é apenas visual, ou também é simbólico no modo como ocupa a cidade?

É, acredito eu que todo cartaz tem algum informativo, então o impacto vai ser visual sim, que ele vai tomar uma proporção visual, ainda mais de uma cultura que é regida pela cultura do belo, de ver tudo limpo, dependendo, tem pessoas que, tipo, vê cartazes na rua e acha uma poluição visual, assim como acha também o pixo, como acha o graffiti.

Mas acredito eu que, assim, que de forma simbólica... Ou informativa. Eu acho que é direito também de quem está se expressando através de um cartaz, por exemplo o estilo de arte do "Lambe- Lambe", que é como a gente chama no Brasil, eles são nada mais nada menos cartazes feitos por pessoas Underground, sabe?

Que frequentam, que gostam do tipo de arte, gostam do tipo de arte de reprodução, então acho que cada caso é um caso e desde que o cartaz seja informativo, ele também é simbólico na forma que ocupa a cidade.

4.3 Como é que compreendes o papel da parede enquanto extensão da página? O que muda na mensagem quando ela é comunicada através da cidade, em vez de um suporte tradicional como papel ou ecrã?

4.4 E sobre a pixação? Em que medida achas que a rua interfere na maneira como a mensagem é recebida, lida ou interpretada?

Bom, a pixação é uma comunicação fechada. Quando a gente fala do movimento da pixação com o X, ela é uma comunicação fechada só para quem está dentro do movimento. E depois, assim, acredito que até seja necessário talvez um retrocesso. Porque no início da pixação era frases, era sobre fases, sobre se manifestar politicamente.

E hoje o movimento meio que se encaminhou para um lado mais individual, sabe? Um lado onde o artista quer expressar o seu vulgo, onde o artista quer colocar o seu vulgo em diversos lugares. Comento até com amigos meus mais intelectuais abertos para o assunto, sobre sabe, o retrocesso que a gente precisava fazer no movimento que é sobre voltar a fazer frases, sabe é a gente se encontra num momento político, num momento histórico, onde a revolução da tecnologia tomou conta e, ao mesmo tempo tem tantas coisas na política interna por exemplo do Brasil acontecendo e que precisava ser explícito, manifestado, precisava ser escancarado.

E a pixação tem esse papel, de se comunicar com a cidade, de se comunicar com a população. Então acredito eu, como comento com meus amigos, que a gente chegaria até num patamar de revolução quando acontecesse esse retrocesso e todos os artistas tipo, pixadores, voltariam a fazer frases não mais sobre só a escritura, sobre o ego, entendeu?

4.5 Será a pixação fruto de expressão do “como” e do “onde” e não tanto do conteúdo? Qual achas que é o sentido que a pixação transporta na sua mensagem?

Hoje, são poucos acredito eu, são poucos artistas que têm essa preocupação em transportar a mensagem, porque, assim como eu falei, por mais que a pixação é uma mensagem, ela tem um sentido, ela tem essa proposta de ser uma mensagem, às vezes acaba sendo só ego, sabe?

E a partir do momento que a pessoa tem a preocupação em conceitualizar o seu letrero conceitualizar o seu protesto, centralizar a sua palavra em um conceito para poder trabalhar artisticamente e politicamente em cima do que você está escrevendo na rua. Então, assim, nos últimos anos, nas últimas décadas foi só sobre ego, sabe?

Mas eu acredito ainda numa geração da pixação que ainda vai mudar o percurso disso e vai ser só sobre o manifesto sabe? Tipo a nossa preocupação maior não vai ser a nossa assinatura, vai ser o tipo o pixo está assinado por nós, sabe? E ele está levando uma mensagem de facto.

5. TEMPO, PALIMPSESTO E EFEMERIDADE

5.1 Em cidades onde tudo muda rapidamente, qual é o papel do design gráfico nesse espaço efêmero?

Bom, acredito eu que o papel do design é exatamente esse, é se adaptar, com o contexto histórico, sobre também tentar estar por dentro acredito da moda sabe, das coisas que estão acontecendo em determinado lugar onde ele vai atuar, Porque é tudo relativo, na Europa é de um jeito, no Brasil é de outro, Nordeste dentro do Brasil são várias culturas diferentes. Então quando a gente para para comparar por exemplo o pixo graffiti de São Paulo, ele já muda bastante quando se trata do pixo graffiti do Nordeste, e ele também tem bastante essa mudança já com o pessoal da Europa, e assim, quanto mais você se incrementa dentro do movimento, mais você vai aprendendo a perceber essas diferenças.

5.2 Como vêes o espaço urbano como um palimpsesto — um lugar onde várias camadas visuais (institucionais, marginais, históricas) se sobrepõem?

Como na pergunta anterior, já fala que o espaço urbano, ele é efêmero a cidade ela sempre está nessa transformação, sempre tem um graffiti sendo apagado uma pixação sendo apagada, outras milhares sendo feitas e como eu vejo ela se sobrepõe, é uma eterna guerra, porque o próprio nome já fala.

É efêmero, sabe? Então, a gente pode fazer uma arte hoje na rua, aqui num muro qualquer, e amanhã ser apagada, ou também durar 10, 15, 20 anos. A gente nunca sabe, é tipo um tiro no escuro, sabe? Como eu costumo falar com amigos meus, tipo a gente sai na noite para puxar prédio, e é um tiro no escuro a gente não sabe se aquele prédio tem uma administração boa, onde eles vão conseguir dinheiro para pagar o pixo no outro dia, ou se vai ficar lá alguns anos, até eles se organizarem, porque quando se trata de prédios tem toda essa questão, essa parte burocrática, essa parte da assembleia essa parte financeira que envolve os moradores, então é sempre uma novidade, e isso acontece em todas as áreas, tanto na arte quanto nas instituições, e até históricos também, que às vezes dependendo do lugar, você vê, assim, uns bairros mais antigos e com alguns alvarás e algumas propinas, o pessoal consegue derrubar aquelas casas mais antigas e construir prédios. Porque hoje, acredito que o capital é que manda, então eu vejo assim de uma forma meio que natural, nada é para sempre, hoje existe, em São Paulo leis que obrigam, os prédios cuidarem das fachadas, então a cidade ela está nesse constante movimento.

6. REBELDIA VISUAL E DESIGN NÃO INSTITUCIONAL

6.1 O que se destaca, para ti, numa linguagem visual subversiva? A mensagem, o estilo, o contexto ou o meio onde está inserida?

6.2 Quando o design abandona a harmonia e a clareza, e assume o “caos” ou a aspereza visual, isso comunica algo mais verdadeiro ou apenas diferente?

Bom, acho que isso acontece basicamente com quase todo artista, quando ele escolhe abandonar aquelas coisas mais clichês mais clássicas, mais do mesmo, ele está indo em busca do novo, ele está indo em busca da própria evolução, sabe? Eu acho que é muito presente isso no pixo, que já é um movimento onde existe uma padronização da estética, mas não é o que é buscado, o pixo, ele é feito visualmente e é tipo a maior característica dele. A pessoa claramente que não entende de pixo quando vê um pixo na rua sabe que é uma pixação. Então, assim, quando, por exemplo, a pixação foi criada e ela foi abandonada tipo, o pixo foi criado primeiro, mas aí veio o graffiti, e a maioria das pessoas migrou para o graffiti e depois de um tempo o pixo ressurgiu.

Então, assim, algumas pessoas preferiram falar não para o graffiti, falar, não eu gosto do grotesco, eu gosto do que não estão fazendo no momento. Então acredito que é um processo bem individual de cada artista, assim como pixador, como grafiteiro, como designer, como fotógrafo, quando ele escolhe sair do

conforto é a busca, independente se esteticamente aquilo seja agradável ou não agradável.

7. DESIGN COMO ATO POLÍTICO

7.1 Acreditas que o design pode ser um ato político mesmo quando não é explícito? Como é que o gesto visual pode carregar uma posição ideológica?

Acredito que sim, que assim como o grafiteiro, como o artista urbano, o design tem esse lado de criação de expressão ao meu ponto de ver, como falei, não tenho tanta autoridade para falar sobre design, mas comparando com outros tipos de arte e outros artistas acredito que é um direito do próprio artista sabe?

Manifestar e colocar a pauta que ele achar necessário ser colocada, sabe? Pode ser sim um ato político como pode ser só um ato sabe, um trampo onde você recebeu e é isso, você pediu o que o cliente fez e é isso.

7.2 Tens exemplos de linguagens visuais (tuas ou de outros) que recusam a lógica do design convencional e criam novas formas de expressão?

Bom, eu vou usar um exemplo da pixação. Nem todos os pixadores têm essa preocupação. Mas por exemplo, eu tenho o meu alfabeto na minha própria linguagem de expressão que é uma inspiração que eu trouxe do “KATASTROF”, e aí em cima das letras do “KATASTROF”, eu criei esse analfabeto e assim acredito eu que essas são formas novas de criação, sabe?

Porque é algo que eu desenvolvi, que eu me inspirei na rua. Mas eu sei a diferença entre o “KATASTROF”, estar na rua e estar em outros espaços, por exemplo no museu. Eu não consigo ver aquilo que eu faço na rua dentro de um museu, mas a extensão daquilo eu consigo. Por exemplo, o alfabeto que eu me inspirei a fazer o “KATASTROF”, eu consigo ver dentro do museu mas a palavra “KATASTROF” não, sabe?

Tudo por uma questão conceitual, sabe? É uma questão individual, como eu falei. E ao criar esse alfabeto eu acredito que a gente foge de uma lógica, por exemplo de um design que usou a pixação na camisa do Corinthians, sabe? Só para vender. Seria legal esse momento em que o design do Corinthians, sabe, chamasse um grupo ou um pixador, que é real, com letreira real e fizesse aquilo ser real. Hoje a pixação, ela é muito usada, tipo muitos designers usam a pixação sabe, pra criar. Mas não tem essa preocupação em “Pô alguém se esforçou pra criar essa estética”. Porque por mais que as letras não sejam 100% copiadas, a estética da pixação ainda é muito copiada, por marcas grandes e tudo mais.

1. DESIGN GRÁFICO E PAISAGEM URBANA

1.1 Qual é, para ti, o papel do design gráfico na construção visual da cidade? Vês o design como algo que organiza ou que perturba o espaço urbano?

-Toda cidade, por si só, já respira arte. Desde as placas de anúncio, os vendedores ambulantes, até as pichações e grafites. Acho que o papel do design é organizar uma ideia e transformá-la em algo visualmente agradável. No fim das contas, o design serve muito mais para organizar do que para perturbar.

2. IDENTIDADE E COMUNIDADE

2.1 Como é que as linguagens visuais urbanas ajudam a construir identidades coletivas? Vês nisso uma tentativa de marcar presença ou de criar comunidade?

- No meu olhar, as linguagens visuais urbanas são diversas. Há artistas que querem apenas marcar presença, outros que se preocupam em fortalecer a comunidade, a cultura e a união entre os artistas, e também aqueles que enxergam pelo lado comercial. Cada um tem seu valor. No fim, todos contribuem para que cada cidade ou espaço construa a sua própria identidade.

2.2 O design e a street art podem ser vistos como formas de narrar uma cidade a partir das margens? Como?

-Na minha visão, tanto o design quanto a street art funcionam como vozes que contam a cidade a partir das margens. Eles mostram aquilo que nem sempre aparece nos discursos oficiais: a vida cotidiana, a luta, a criatividade e até a dor de quem habita esses lugares. A street art, por exemplo, é o grito direto das ruas, ela registra histórias não contadas e marca presença nos muros como quem diz “estamos aqui”. Já o design, quando nasce desse mesmo olhar periférico, ajuda a organizar essas narrativas visuais, dando forma e força para que cheguem a mais pessoas. No fundo, os dois são ferramentas para transformar vivência em linguagem, e linguagem em identidade.

3. HETEROTOPIAS E REALIDADES ALTERNATIVAS

3.1 Michel Foucault fala das heterotopias como espaços “outros”, simultaneamente reais e simbólicos. De que forma achas que o design gráfico e/ou as práticas visuais criam realidades alternativas dentro do tecido urbano?

-Acho que o design gráfico e as práticas visuais criam realidades alternativas justamente porque abrem brechas no cotidiano da cidade. Uma placa, um cartaz, um mural ou um grafite podem transformar um espaço comum em um lugar simbólico, carregado de outras narrativas. É como se esses elementos reconfigurassem o tecido

urbano, revelando mundos paralelos dentro da própria cidade. Para mim, são essas intervenções que permitem enxergar a rua não só como cenário, mas como palco de imaginação, resistência e criação de novas formas de viver juntos.

4. MEIO É A MENSAGEM (SUPORTE E CONTEXTO)

4.1 Marshall McLuhan afirmou que “o meio é a mensagem”. No contexto da cidade, concorda com esta ideia? Ou seja, consideras que o próprio suporte urbano — como a parede, o chão, o mobiliário urbano, etc. — já altera ou influencia o significado daquilo que é comunicado graficamente?

- Concordo sim! e na rua isso fica claro. McLuhan dizia que “o meio é a mensagem”, e na periferia, a parede, o chão ou o poste nunca são neutros. Eles já falam antes mesmo da tinta. Se alguém picha um muro na favela, não é só a letra que importa. O próprio muro já carrega história. quem vive ali, quem controla aquele espaço, quem sobrevive naquela área. A mesma frase num outdoor de bairro nobre, soa como propaganda. numa parede descascada em uma viela, vira desabafo, vira denuncia, ou ato de resistência. Na cidade, o suporte já muda tudo. Um muro de esquina pintado, pode ser visto como vandalismo, mas também pode ser lido como marca de presença. “aqui a gente existe”. Que seja um concreto rachado, ou um tijolo exposto, o ferro enferrujado, tudo isso já é mensagem antes de virar qualquer palavra. A cidade não é só um cenário. ela fala junto com quem escreve.

4.2 Na tua opinião, o impacto de um cartaz é apenas visual, ou também é simbólico no modo como ocupa a cidade?

- Depende muito de onde esse cartaz está posicionado, de quem criou a imagem, da marca ou artista que está atrelado ao cartaz. Pra mim, uma imagem fala muito mais sobre quem e o que está por traz dela, do que a primeira imagem em si. Se é que isso faz sentido.

4.3 Como é que compreendes o papel da parede enquanto extensão da página? O que muda na mensagem quando ela é comunicada através da cidade, em vez de um suporte tradicional como papel ou ecrã?

-Pra mim, a parede é muito mais que extensão da página, ela é uma página viva, que respira a cidade. Quando escrevo no papel, a mensagem fica ali contida, restrita só pra quem pegar e ler. Mas quando é na parede, a mensagem ganha corpo, entra no cotidiano de quem passa, atravessa gente que nunca buscaria aquele texto. A diferença é que o papel pede silêncio, leitura individual, calma. Já a parede é pública, coletiva, impossível de ignorar. Ela carrega o peso do lugar! não é igual escrever num

muro de escola, num viaduto ou numa casa abandonada. Cada espaço muda o tom da mensagem.

4.4 E sobre a pichação? Em que medida achas que a rua interfere na maneira como a mensagem é recebida, lida ou interpretada?

- A pichação, pra mim é o exemplo mais direto de como a rua interfere na leitura da mensagem. No caderno, a letra precisa estar em ordem, ser lida com clareza. Na rua, a letra já vira mais ruído, até mesmo um choque, incômodo pra muitos que estão passando ali. e é justamente aí que mora sua força. A pichação nunca pediu licença, não espera o convite de ninguém. ela invade o olhar. O prédio alto, as pastilhas, as janelas, o viaduto, o muro nas avenidas todos viram páginas impostas à cidade. E isso muda a recepção, que pra uns, é sujeira e pra outros, é poesia, código de conduta e sinal de pertencimento. A rua também tá aí pra redefinir o tempo da leitura. Ninguém pra pra “ler” uma pichação como leria um livro. É no relance, na vida acelerada, tem que ser rápido, no impacto visual. O suporte urbano dá à pichação essa urgência. ela não é feita pra ser lida calmamente, talvez nem mesmo pra ser lida nem entendida. Mas pra quem quer entender, ela vai sempre estar ali.

4.5 Será a pichação fruto de expressão do “como” e do “onde” e não tanto do conteúdo? Qual achas que é o sentido que a pichação transporta na sua mensagem?

- Sim, a pichação é muito mais sobre o como e o onde do que sobre o “o quê”. a letra em si, muitas vezes é quase ilegível pra quem tá de fora. Mas o ato de escalar um beiral, subir num prédio, arriscar a vida no viaduto, deixar sua marca no espaço proibido, já é a própria mensagem. A arte da pichação carrega um sentido de existência e presença. Tenho certeza de que Toda vez que alguém desce de uma janela, olha pra cima e ve sua marca lá no topo. Essa pessoa pensa “ eu to vivo”!

5. TEMPO, PALIMPSESTO E EFEMERIDADE

5.1 Em cidades onde tudo muda rapidamente, qual é o papel do design gráfico nesse espaço efêmero?

- Nas cidades, tudo muda o tempo todo. o design gráfico entra como registro, mas tá sujeito a mudar. Ele não tenta ser eterno. aceita a lógica da rua, que é efêmera, sobreposta, apagada e muitas vezes é reescrita. O papel do design aí não é só comunicar, mas tentar dialogar com o momento. Uma faixa improvisada, um cartaz colado à noite, uns lambes nas portas de ferro, uma pichação no muro. tudo isso pode desaparecer amanhã, mas aqui e agora, e pra quem viu. carrega muita força, faz impacto e cria memória.

5.2 Como vê o espaço urbano como um palimpsesto — um lugar onde várias camadas visuais (institucionais, marginais, históricas) se sobrepõem?

- A cidade já funciona como um palimpsesto. cada pincelada de tinta, cartaz ou adesivo que cobre a anterior sem apagar totalmente. O design gráfico, nesse cenário, vira parte desse jogo de sobreposição, também assumindo que sua mensagem será atravessada, rasgada, ressignificada de uma forma ou de outra. No fundo, o papel do design gráfico no espaço efêmero é marcar presença no agora, sabendo que a permanência está menos na durabilidade do suporte e mais na intensidade da experiência. Acho que é no risco de sumir que a mensagem ganha mais força.

6. REBELDIA VISUAL E DESIGN NÃO INSTITUCIONAL

6.1 O que se destaca, para ti, numa linguagem visual subversiva? A mensagem, o estilo, o contexto ou o meio onde está inserida?

- Pra mim, numa linguagem visual subversiva tudo se mistura, mas o que mais pesa é o contexto e o meio. O estilo e a mensagem importam, claro, mas é na relação com o espaço que a rebeldia ganha força.

6.2 Quando o design abandona a harmonia e a clareza, e assume o “caos” ou a aspereza visual, isso comunica algo mais verdadeiro ou apenas diferente?

- Quando o design abraça o caos e a aspereza, ele não tá sendo diferente só por ser. ele fala a verdade da vivência. A vida real não é limpa, simétrica muito menos previsível. é cheia de riscos, atropelos, tinta borrada e vários improvisos. Abandonar a harmonia e a clareza também faz parte. é deixar o sentimento do lugar entrar e interagir com a mensagem.

7. DESIGN COMO ATO POLÍTICO

7.1 Acreditas que o design pode ser um ato político mesmo quando não é explícito? Como é que o gesto visual pode carregar uma posição ideológica?

- Sim, eu acredito que o design também é um ato político mesmo sem falar de política direta. O simples ato de ocupar um espaço, escolher um lugar, um suporte, cores, formas e até texturas já é escolha! e cada escolha é política. viver é um ato político. Na rua, o gesto visual que seja, carrega uma ideologia porque mostra quem está presente, quem reivindica o espaço, quem desafia as normas. Um cartaz, uma pixação, uma intervenção gráfica em um muro de empresa ou numa praça pode não mencionar partidos políticos ou leis, mas comunica sempre resistência, pertencimento, crítica

social, valorização de uma comunidade. O design político é sutil, muitas vezes. Mas ele sempre informa, provoca, confronta e afirma sem precisar explicar muito.

7.2 Tens exemplos de linguagens visuais (tuas ou de outros) que recusam a lógica do design convencional e criam novas formas de expressão?

- Em diversas ocasiões, eu fujo da “lógica” do design tradicional e sigo uma linguagem própria. Na pixação, por exemplo, a letra distorcida, vertical, quase ilegível para quem não é da cena, recusa qualquer regra tipográfica clássica. O gesto e o risco de escrever naquele espaço importam mais que a legibilidade. Jamais um design tradicional conseguiria olhar uma frase minha escrita em um muro com um squeezer, sem ter uma imensa vontade de passar uma borcha e refazer de uma forma mais “lógica” mais “legível”. O que me mata muitas vezes é escutar:” sua mensagem é muito boa, mas você poderia mudar essa tipografia” a verdade é que apesar de ter um diploma de designer eu to zero me importando com a estética. Eu me importo com a mensagem que eu vou passar e que minha mensagem vire um legado que aponte novos caminhos.

DESIGN GRÁFICO, PIXAÇÃO E PAISAGEM URBANA

Eu sou a Beatriz - mais conhecida por **bitu** - e estou a escrever a minha tese de mestrado sobre design gráfico, pixação e como estas práticas moldam a paisagem urbana.

A tua perspetiva é muito importante para esta investigação, podes responder de forma livre, sem formalidades.

- Não há respostas certas ou erradas.
- Exemplos e histórias pessoais são muito bem-vindos.

Adiciona algo que te identifique - um @ do Instagram, nome, email *

@ruimarques_

DESIGN GRÁFICO E PAISAGEM URBANA

1. Qual é, para ti, o **papel do design gráfico** na **construção visual** da cidade? Vês o design como algo que **organiza** ou que **perturba** o espaço urbano?

Pessoalmente não vejo uma conexão direta entre a pixação e o "design" na essência dos dois conceitos, mas sim uma partilha de expressão e alguns valores em comum. Vejo a pixação como algo que existe de forma impactante e que claramente traz uma mensagem, não sinto que organiza nem perturba, sinto que comunica e expressa -> um pouco como uma obra de arte mas mais codificada.

IDENTIDADE E COMUNIDADE

2. Como é que as **linguagens visuais urbanas** ajudam a **construir identidades coletivas**? Vês nisso uma tentativa de marcar **presença** ou de criar **comunidade**?

Eu acho que as linguagens visuais urbanas ajudam e muito a construir as identidades coletivas, porque refletem as grandes preocupações da comunidade. Um excelente exemplo disso é a parede exterior das belas artes do porto, em que os senhores as pintas 2x por semana de branco, porque 2x por semana existe uma causa nova lá escrita, uma preocupação, uma ideia, uma expressão, uma mensagem. Não nos podemos esquecer que a mensagem também faz parte da paisagem.

Não diria "marcar presença" porque maior parte das pixações a meu ver são um ato altruísta pelo protagonismo estar na mensagem e não no autor, porém acho que está mais associado á ideia de contra-corrente do que propriamente à ideia de conforto de comunidade.

3. O **design** e a **street art** podem ser vistos como formas de **narrar uma cidade** a partir das **margens**? Como?

Os termos aqui são muito próximos mas bastante distintos, mas a meu ver existe muito pouco "design" de intervenção nas ruas de uma cidade, claro que podemos apelidar de street art porém não sei se é isso que a comunidade sente!

Sinto que as intervenções gráficas (design, street art, pixações etc) na rua ajudam a narrar o que se está a passar na cidade, como uma espécie de jornal crítico, mesmo que estas intervenções sejam non-sense, isso claramente comunica a mensagem da existência de uma comunidade descontente.

HETEROTOPIAS E REALIDADES ALTERNATIVAS

4. Michel Foucault fala das **heterotopias** como espaços "outros", simultaneamente reais e simbólicos. De que forma achas que o design gráfico e/ou as práticas visuais **criam realidades alternativas** dentro do tecido urbano?

Eu acho que ajudam bastante e que as pessoas não percebem o impacto da imagem no seu dia a dia, afeta a percepção de qualidade das ruas, afeta a percepção da comunidade, da energia, da comunicação, dos estabelecimentos, das ideias etc.

Da mesma forma que as cores intervêm na arquitetura de forma simbólica, a junção dessas cores em símbolos ou imagens comunicam mensagens muito impactantes a todos os recetores.

MEIO É A MENSAGEM (SUPORTE E CONTEXTO)

5. Marshall McLuhan afirmou que “o meio é a mensagem”. No contexto da cidade, concordas com esta ideia? Ou seja, consideras que o próprio **suporte urbano** — como a parede, o chão, o mobiliário urbano, etc. — já **altera ou influencia o significado** daquilo que é comunicado graficamente?

Claro que sim, especialmente no graffiti/pixação, porque por ser ilegal a sua execução é de tal ordem importante que até um desvio na lei existe para executar a mensagem. Diria até que não há suporte mais ambicioso para uma mensagem do que uma parede de uma cidade.

6. Na tua opinião, o **impacto de um cartaz** é apenas **visual**, ou também é **simbólico** no modo como ocupa a cidade? Porquê ?

Vendo a cidade como um resultado das suas comunidades, eu acho que o impacto de um cartaz é visual e simbólico simultaneamente.

7. Como é que compreendes o **papel da parede enquanto extensão da página**? O que **muda na mensagem** quando ela é **comunicada através da cidade**, em vez de um suporte tradicional como papel ou ecrã?

Muda a sua premissa -> objetivo. Uma mensagem numa parede ganha um espaço na cidade também, torna-se parte da parede=parte da cidade.

8. E sobre a pixação? Em que medida achas que a **rua interfere** na maneira como a mensagem é **recebida, lida ou interpretada**?

Depende muito da intervenção mas os estereótipos acabam por tomar conta da leitura da pixação principalmente.

9. Será a **pixação** fruto de expressão do “**como**” e do “**onde**” e não tanto do **conteúdo**? Qual achas que é o **sentido** que a pixação transporta na sua **mensagem**?

Já ouvi falar nestas novas pixações non-sense em prédios como forma de marcar território, e até pode ser verdade, mas as pixações sempre foram utilizadas como forma de comunicar entre um nicho -> pequenos símbolos, pequenas expressões específicas, logotipos etc.

Eu acho que a pixação carrega uma mensagem um pouco mais direcionada/privada em grande parte das vezes, mas claro que nestas abordagens é impossível generalizar porque é uma forma de expressão utilizada de todas as formas, simbologias e técnicas.

TEMPO, PALIMPSESTO E EFEMERIDADE

10. Em cidades onde tudo muda rapidamente, qual é o **papel do design gráfico** nesse espaço **efémero**?

A meu ver:

- Ou acompanhar quando faz sentido (eventos rápidos)
- Ou contrariar e ter uma atitude de long-term

acho que há espaço para os 2x coexistirem

11. Como vêes o **espaço urbano** como um palimpsesto — um lugar onde várias **camadas** visuais (institucionais, marginais, históricas) **se sobrepõem**?

Acima de tudo como um lugar partilhado, acho que as camadas na cidade se sobrepõem todas, nenhuma consegue se manter isolada, todas se interseam, todas se afetam umas às outras, é uma partilha de cultura, experiência, vivência e tudo o que existe e se pensa,

REBELDIA VISUAL E DESIGN NÃO INSTITUCIONAL

12. O que se **destaca**, para ti, numa **linguagem visual subversiva**? A mensagem, o estilo, o contexto ou o meio onde está inserida? Porque motivo ?

mensagem, é o mais difícil de comunicar de forma eficaz

13. Quando o design abandona a harmonia e a clareza, e assume o “**caos**” ou a aspereza visual, isso **comunica** algo mais **verdadeiro** ou apenas **diferente**?

Depende muito, mas na minha opinião a expressividade toca á sensibilidade do comunicador, e isso nem é mais verdadeiro ou diferente. Isto porque alguém na sua expressão máxima pode colocar apenas uma linha reta, e acho que é essa diversidade que traz a riqueza entre todos.

DESIGN COMO ATO POLÍTICO

14. Acreditas que o **design** pode ser um **ato político** mesmo quando não é explícito? Como é que o **gesto visual** pode carregar uma **posição ideológica**?

Sim, aliás se não me falha a memória, nasceu de uma posição ideológica em roma contra o regime em que as pessoas começaram a escrever nas paredes. É uma atitude extrema, que em situações extremas (quer sejam politicas, guerra, mudanças) a mensagem é utilizada dessa forma.

15. Tens **exemplos** de linguagens visuais (tuas ou de outros) que **recusam** a lógica do **design convencional** e **criam novas formas de expressão**?

Muito complicada esta pergunta e muito subjetiva, masssssss vou tentar ahahaha:

- https://www.instagram.com/p/DCNMVVoNM3v/?img_index=1

(fiz estes chocolates para a equador e resumidamente acho que eles são muito diferentes do design convencional porque aqui o foco do design estava na sensação global e não no desenho em si, ele comunica de forma global e não parcial, mesmo sem se perceber nada, como se fosse uma mensagem sem se ler a mensagem)

-<https://www.instagram.com/abcdinamo/>

(comunicação social dos dinamo, a meu ver das linguagens mais difíceis de conseguir e idealizar, com um sucesso enorme, mas conseguiram fazer a ponte entre dois conceitos absurdamente afastados -> PROFISSIONALISMO X FALTA DE QUALIDADE. Falta de qualidade é um termo muito forte, mas eles conseguiram com esta comunicação trabalhar para discord, spotify, rimowa, openai etc... e esta forma de comunicar é para mim um segredo por descobrir de como pensar igual e fazer igual.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

ANEXO 8_ Entrevista Rui Marques

DESIGN GRÁFICO, PIXAÇÃO E PAISAGEM URBANA

Eu sou a Beatriz - mais conhecida por **bitu** - e estou a escrever a minha tese de mestrado sobre design gráfico, pixação e como estas práticas moldam a paisagem urbana.

A tua perspetiva é muito importante para esta investigação, podes responder de forma livre, sem formalidades.

- Não há respostas certas ou erradas.
- Exemplos e histórias pessoais são muito bem-vindos.

Adiciona algo que te identifique - um @ do Instagram, nome, email *

Diogo potes

DESIGN GRÁFICO E PAISAGEM URBANA

1. Qual é, para ti, o **papel do design gráfico** na **construção visual** da cidade? Vês o design como algo que **organiza** ou que **perturba** o espaço urbano?

O Design gráfico na construção de uma cidade deveria ter um papel quase invisível de organização. Bem feito o Design gráfico organiza e traduz linguagens complexas.

IDENTIDADE E COMUNIDADE

2. Como é que as **linguagens visuais urbanas** ajudam a **construir identidades coletivas**? Vês nisso uma tentativa de marcar **presença** ou de criar **comunidade**?

Sim, de facto podem construir identidades coletivas. Uma cidade pode ser mais memorável pelas suas linguagens visuais. Tanto para o positivo como para o negativo. Eu diria que de uma forma geral é uma tentativa de marcar presença na medida que a maior parte das intervenções são orgânicas e não organizadas, mas obvio que tb há o lado organizado que tenta juntar pessoas e unir comunidades

3. O **design** e a **street art** podem ser vistos como formas de **narrar uma cidade** a partir das **margens**? Como?

Eu não acho que o design e a street art tenham alguma coisa a ver.

HETEROTOPIAS E REALIDADES ALTERNATIVAS

4. Michel Foucault fala das **heterotopias** como espaços “outros”, simultaneamente reais e simbólicos. De que forma achas que o design gráfico e/ou as práticas visuais **criam realidades alternativas** dentro do tecido urbano?

Mais uma vez, design e práticas visuais são coisas distintas. O design é ou devia ser algo planeado com um propósito. Práticas visuais podem ser planeadas ou orgânicas. Ambos podem criar realidades alternativas, planeadas ou não.

MEIO É A MENSAGEM (SUPORTE E CONTEXTO)

5. Marshall McLuhan afirmou que “o meio é a mensagem”. No contexto da cidade, concostas com esta ideia? Ou seja, consideras que o próprio **suporte urbano** — como a parede, o chão, o mobiliário urbano, etc. — já **altera ou influencia o significado** daquilo que é comunicado graficamente?

Eu concordo, mas depende como é feito. Não acho que possa ser uma afirmação sem falar de cada contexto específico

6. Na tua opinião, o **impacto de um cartaz** é apenas **visual**, ou também é **simbólico** no modo como ocupa a cidade? Porquê ?

Acho que tb pode ser simbólico na medida que pode traduzir o contexto atual e cultural da cidade. Pode muito bem ser como as "tatuagens" da cidade e isso conta sempre histórias

7. Como é que compreendes o **papel da parede enquanto extensão da página**? O que **muda na mensagem** quando ela é **comunicada através da cidade**, em vez de um suporte tradicional como papel ou ecrã?

Muda pq a dimensão e o alcance são outros. De repente estas a passar uma mensagem até para quem não a quer receber.

8. E sobre a **pixação**? Em que medida achas que a **rua interfere** na maneira como a mensagem é **recebida, lida ou interpretada**?

9. Será a **pixação** fruto de expressão do “**como**” e do “**onde**” e não tanto do **conteúdo**? Qual achas que é o **sentido** que a **pixação** transporta na sua **mensagem**?

Depende do contexto onde é inserida. Naturalmente no centro da cidade será diferente da periferia, como num sítio rico para um sítio pobre

TEMPO, PALIMPSESTO E EFEMERIDADE

10. Em cidades onde tudo muda rapidamente, qual é o **papel do design gráfico** nesse espaço **efémero**?

Organização

11. Como vês o **espaço urbano** como um palimpsesto — um lugar onde várias **camadas** visuais (institucionais, marginais, históricas) **se sobrepõem**?

REBELDIA VISUAL E DESIGN NÃO INSTITUCIONAL

12. O que se **destaca**, para ti, numa **linguagem visual subversiva**? A mensagem, o estilo, o contexto ou o meio onde está inserida? Porque motivo ?

Tudo, claro

13. Quando o design abandona a harmonia e a clareza, e assume o “**caos**” ou a aspereza visual, isso **comunica** algo mais **verdadeiro** ou apenas **diferente**?

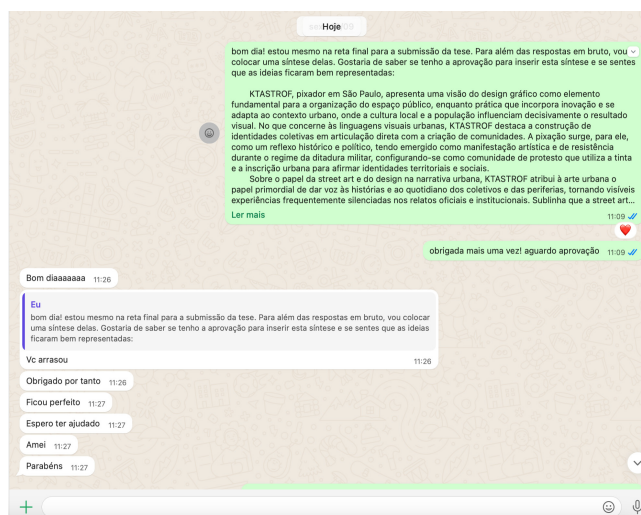
Muitas vezes nem uma coisa nem outra. O design não deveria ser acerca do designer mas sim acerca da necessidade. Ser diferente não quer dizer que seja mais verdadeiro.

DESIGN COMO ATO POLÍTICO

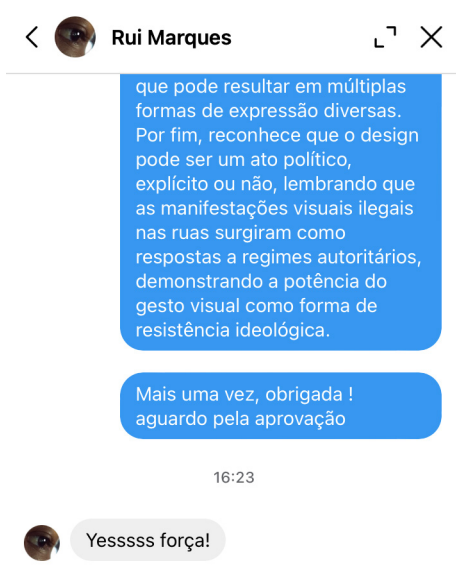
14. Acreditas que o **design** pode ser um **ato político** mesmo quando não é explícito? Como é que o **gesto visual** pode carregar uma **posição ideológica**?

Pode sim. O gesto visual pode ser tudo. Depende da intenção

15. Tens **exemplos** de linguagens visuais (tuas ou de outros) que **recusam** a lógica do **design convencional** e **criam novas formas de expressão**?



ANEXO 10_ Feedback Entrevista



ANEXO 11_ Feedback Entrevista

Aprendizagem e suporte do Adobe Aero

Solução de problemas e ajuda

- Problemas comuns
 - O que é Adobe Aero?**

O Adobe Aero é a única plataforma de criação e visualização de realidade aumentada (AR) que facilita que os designers e desenvolvedores projetem, colaborem e publiquem experiências envolventes interativas no mundo real.

Para saber mais sobre o Aero, consulte [O que é o Adobe Aero](#).
 - O Adobe Aero é grátis?
 - Que tipo de ativos posso importar para o Adobe Aero?
 - Como posso compartilhar as experiências criadas com o Adobe Aero?
- Baixar e instalar
- Gerenciamento de conta

Comunidade

Participe da conversa Fóruns relacionados mais populares

ANEXO 12_ Website Adobe Aero

BIBLIOGRAFIA

Adbusters Media Foundation. (2025). About us. Adbusters. Recuperado em 21 de setembro de 2025, de <https://www.adbusters.org/about-us>

Albers, J. (2013). Interaction of color (50th Anniversary Edition). Yale University Press.

Atelier Populaire. (s.d.). Atelier Populaire. Arte Útil. <https://arte-util.org/projects/atelier-populaire/>

Awareness Days. (2025). Buy Nothing Day. Recuperado em 26 de setembro de 2025, de <https://www.awarenessdays.com/awareness-days-calendar/buy-nothing-day/>

Azuma, R. T. (1997). A survey of augmented reality. Presence: Teleoperators and Virtual Environments, 6(4), 355–385.

Barnbrook, J. (2001). Adbusters: Design anarchy. Adbusters Media Foundation.

Belanciano, V. (2015, 6 de novembro). Miguel Januário: No país do mais ou menos. Público – Cultura Ipsilon. Recuperado de <https://www.publico.pt/2015/11/06/culturaipsilon/noticia/miguel-januario-no-pais-do-mais-ou-menos-1713215>

Bergström, B. (2008). Essentials of visual communication. Laurence King Publishing.

Bernstein, F. A. (1999, May 5). Tibor Kalman, ‘Bad Boy’ of graphic design, 49, dies. The New York Times. <https://www.nytimes.com/1999/05/05/arts/tibor-kalman-bad-boy-of-graphic-design-49-dies.html>

Caio. (2024, 3 de outubro). Arte do Mickey Carioca faz sucesso no RJ e no mundo com crítica à realidade hostil do estado do Rio de Janeiro. Tribuna Rio. <https://tribunadorio.com.br/2024/10/03/arte-do-mickey-carioca-faz-sucesso-no-rj-e-no-mundo-com-critica-a-realidade-hostil-do-estado-do-rio-de-janeiro/>

Cansado da Internet. (n.d.). Instagram profile. Recuperado em 25 de setembro de 2025, de <https://www.instagram.com/cansadodainternet/>

Chastanet, F., & Heller, S. (2007). Pixação: São Paulo signature. XPress.

Crow, D. (2016). Visible signs: An introduction to semiotics in the visual arts. Bloomsbury Publishing.

Debord, G. (1967). La société du spectacle. Buchet-Chastel.

Eco, U. (2009). Obra aberta. Algés: Difel.

- Elam, K. (2007). *Typographic systems of design*. Princeton Architectural Press.
- Erlhoff, M., & Marshall, T. (Eds.). (2008). *Design dictionary: Perspectives on design terminology*. Birkhäuser Basel.
- Esporo Cultura. (2025). Artista Miguel Januário - 3MAISMENOS3: intervenção urbana e crítica social. <https://www.esporocultura.com/artista/3maismenos3/>
- Foddy, W. (1993). *Constructing questions for interviews and questionnaires: Theory and practice in social research*. Cambridge University Press.
- Fox in the Head. (2025). TV TurnOFF Week awareness campaign. Recuperado em 26 de setembro de 2025, de <https://foxinthehead.com/tv-turnoff-week-awareness-campaign>
- Foucault, M. (1984). *Des espaces autres*.
- Garcia, E. (2015). Miguel Januário 3MaisMenos3 = Zero. Umbigo Magazine. Recuperado de <http://umbigomagazine.com/um/2015-08-07/miguel-januario-%C2%B1maismenos%C2%B1-zero.html>
- Gibson, D. (2009). *The wayfinding handbook: Information design for public places*. Princeton Architectural Press.
- Globo. (2025). Autor de “Tu tá no RJ, não é Disney” atualiza arte contra tarifação. O Globo.
- Harari, Y. N. (2015). *Sapiens*. Harper.
- Heller, S. (2009). *Design literacy: Understanding graphic design*. Allworth Press.
- Heller, S., & Ilic, M. (2012). *Stop, think, go, do: How typography and graphic design influence behavior*. Rockport Publishers.
- Henriques, A. M. (2012, 1 de agosto). 3MaisMenos esfaqueou o rei porque alguém traiu o país. P3. <https://www.publico.pt/2012/08/01/p3/noticia/maismenos-esfaqueou-o-rei-porque-alguem-traiu-o-pais-1814142>
- Herzog, W. (Director). (2010). *Cave of forgotten dreams [Documentário]*. Creative Differences Productions; History Films.
- Hou, X. (2022). *Projetando para a realidade virtual, aumentada e o metaverso*. ArchDaily Brasil. <https://www.archdaily.com.br/br/985816/projetando-para-a-realidade-virtual-aumentada-e-o-metaverso>
- Hustwit, G. (Director). (2007). *Helvetica [Documentário]*. Plexifilm.
- Januário, M. (2014). *The main thing is to act: TEDxOPorto*. <https://www.youtube.com/watch?v=8iWtTBR4kYo>

Januário, M. (2015). MaisMenos – ego: TEDxLuanda. <https://www.youtube.com/watch?v=K3RO7tCqhQ0>

Januário, M. (2014). 3MaisMenos3: Intervenções no espaço público. Esporo Cultural.

Lasn, K. (1999). Culture jam: How to reverse America's suicidal consumer binge. HarperCollins.

Lefebvre, H. (1991). The production of space. Blackwell.

Leal, L. A. (2019). Pandemonium: Processo criativo, experimentação e acaso (Tese de Doutorado). Universidade de São Paulo. <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16134/tde-27092019-143310/>

Lippard, L. (1997). The lure of the local: Senses of place in a multicentered society. The New Press.

Lucena, F. (2025, 11 de julho). 'Tu tá no RJ, não é Disney': a história da arte que está fazendo sucesso no Rio e em outras cidades do mundo. Diário do Rio. <https://diariodorio.com/tu-ta-no-rj-nao-e-disney-a-historia-da-arte-que-esta-fazendo-sucesso-no-rio-e-em-outras-cidades-do-mundo/>

Lupton, E. (2010). Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors, & students. Princeton Architectural Press.

Marczyk, G., DeMatteo, D., & Festinger, D. (2005). Essentials of research design and methodology. <https://doi.org/10.1210/endo-69-4-673>

Marinho, J., & Cruz, L. (s.d.). Arte urbana: Entrevista a Miguel Januário. <https://sites.google.com/site/portefoliojoanamarinho/arte-urbana-entrevista-a-miguel-januario>

Marques, S. (2011, 17 de junho). Miguel Januário. Jornal de Negócios.

Masterclass. (2021, 24 de setembro). What is Frank Gehry's design philosophy? Learn about Frank Gehry's work and creative process. <https://www.masterclass.com/articles/what-is-frank-gehrys-design-philosophy-learn-about-frank-gehrys-work-and-creative-process>

Mason, J. (2002). Qualitative researching. Sage Publications.

Medeiros, D. (Org.). (2018). Ttsss...: A grande arte da pixação em São Paulo, Brasil. Editora do Bispo.

Menezes, M. de. (2011). O uso da realidade aumentada no espaço urbano. Instituto Europeo di Design / Faculdade Santa Marcelina.

Miguel Januário quer fazer do 3MaisMenos3 um partido político e está a recolher assinaturas. (2018, 22 de setembro). Shifter. <https://shifter.sapo.pt/2018/09/miguel-januario-maismenos-partido-politico/>

Miranda, D. (2024). The dynamic landscape of urban graphic design.

- Mohd. Yakin, H. S., & Totu, A. (2014). The semiotic perspectives of Peirce and Saussure: A brief comparative study. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 155, 4–8. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.247>
- Monteiro, A., Campos, L., & Foddy, W. (2018). *Como perguntar: Teoria e prática da construção de perguntas em entrevistas e questionários* (1ª ed.). Edições Sílabo.
- Müller-Brockmann, J. (1981). *Grid systems in graphic design*. Verlag Arthur Niggli.
- Muratovski, G. (2021). *Research for designers: A guide to methods and practice*. Sage Publications.
- Muratovski, G. (2024). *Research for designers: A guide to methods and practice* (3ª ed.). Sage Publications.
- Nascimento, L. H. P. (2015). *Pixação: A arte em cima do muro*. Monstro dos Mares.
- Olsen, W. (2004). Triangulation in social research: Qualitative and quantitative methods can really be mixed. *Developments in Sociology*, January 2004, 1–30.
- Onwuegbuzie, A., & Leech, N. (2005). On becoming a pragmatic researcher: The importance of combining quantitative and qualitative research methodologies. *International Journal of Social Research Methodology: Theory and Practice*, 8(5), 375–387. <https://doi.org/10.1080/13645570500402447>
- Pater, R. (2021). *Caps lock: How capitalism took hold of graphic design, and how to escape from it*. Valiz.
- Peirce, C. S. (2003). *Semiótica*. Editora Perspectiva.
- Pinetree, J. (2017). *No carro com Miguel Januário (3MaisMenos3)* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=iQHMH27DkqI>
- Poynor, R. (2003). *No more rules: Graphic design and postmodernism*. Laurence King Publishing.
- Rawsthorn, A. (2018). *Hello world: Where design meets life*. Penguin Books.
- Ribeiro, L. (2025, 1 de agosto). Autor de 'Tu tá no RJ, não é Disney' atualiza arte contra tarifaço e já ganhou até autógrafa do Mickey. *Extra*. <https://extra.globo.com/entretenimento/noticia/2025/08/autor-de-tu-ta-no-rj-nao-e-disney-atualiza-arte-contra-tarifaco-e-ja-ganhou-ate-autografo-do-mickey.ghtml>
- Rio2C. (n.d.). Raphael Brunet. <https://www.rio2c.com/palestrantes-detail/1C60F20F-50E9-4BA1-8364-744643491C34>
- RTP. (2021). *Artista Miguel Januário leva o mundo polarizado para a galeria Underdogs*. RTP Notícias. https://www.rtp.pt/noticias/economia/artista-miguel-januário-maismenos-levou-o-mundo-polarizado-para-a-galeria-underdogs_n1347679
- Schwarz, G. (2019, 20 de abril). 'I want people to attend to the content' - An interview with

Jenny Holzer. Apollo Magazine.

Silva, A. S., Guerra, P., & Santos, H. (2018). When art meets crisis: The Portuguese story and beyond. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 86, 27-43.

Townes, B. (2014). Pixação: The signature of São Paulo. *Daily Mail*.

Ustun, S. (2024). What is brutalism in graphic design?

Wainer, J., & Oliveira, R. T. (2010). *Pixo* [Documentário].

Yin, R. K. (1994). *Pesquisa estudo de caso - Desenho e métodos* (2a ed.). Bookman.

