

PICO DO IBITURUNA, IDENTIDADE E CULTURA GRÁFICA EM GOVERNADOR VALADARES: um estudo comparativo.

PICO DO IBITURUNA, IDENTITY AND GRAPHIC CULTURE IN GOVERNADOR VALADARES: a comparative study.

MACIEL, Rosilene; Doutora em Design; Universidade Vale do Rio Doce

rosilene.maciел@univale.br

Resumo

Este artigo resulta de duas pesquisas realizadas em diferentes momentos versando sobre a mesma temática e objeto de estudo, para fins comparativos, sobre as representações simbólicas da paisagem urbana na comunicação visual de uma cidade. Tomou-se como objeto o Pico do Ibituruna, um forte elemento visual e simbólico da paisagem da cidade de Governador Valadares MG. A primeira pesquisa foi realizada nos anos de 2010/2011 e retomada em 2024. A investigação teve como questão norteadora analisar *“em que medida as apropriações simbólicas do Pico do Ibituruna, expressas em marcas gráficas de Governador Valadares, revelam aspectos culturais e identitários da cidade; e de que modo participam na construção da identidade urbana”*. Por meio de uma abordagem qualitativa, de caráter documental, foram registrados letreiros, marcas e fachadas, com base no mesmo roteiro para fins de comparação e análise visual das marcas com base nos conceitos do design, cidade, paisagem, cultura e identidade urbana.

Palavras Chave: Ibituruna; paisagem; cultura gráfica; identidade urbana.

Abstract

This article is the result of two studies carried out at different times dealing with the same theme and object of study for comparative purposes on the symbolic representations of the urban landscape in the visual communication of a city. The object was Pico do Ibituruna, a strong visual and symbolic element of the landscape of the city of Governador Valadares MG. The first research was carried out in 2010/2011 and resumed in 2024. The investigation had as its guiding question knowing *“to what extent the symbolic appropriations of Pico do Ibituruna, expressed in graphic marks of Governador Valadares, reveal cultural and identity aspects of the city; and how they participate in the construction of urban identity”*. Through a qualitative, documentary approach, brands, facades and signs were registered, based on the same script for comparison and visual analysis of brands based on the concepts of design, city, landscape, culture and urban identity.

Keywords: Ibituruna; landscape; graphic culture; urban identity.

1 Introdução

A paisagem é um componente relevante na estruturação de identidades urbanas à medida em que identifica lugares e cria referenciais em determinados contextos. Em suas características plurais e híbridas, é comum as cidades apropriarem-se de elementos naturais ou concretos da paisagem como marcos simbólicos e culturais. Como desdobramento, em um processo de realimentação cultural, gera estímulos visuais, que reproduzem e ratificam a força da imagem da paisagem que tomam como referente, replicando-o como atributo visual, no intuito de gerar uma associação território-marca. Neste processo, a paisagem natural transforma-se em paisagem cultural e o design, um mediador nesta interação entre a paisagem da cidade e suas representações.

As paisagens desempenham papel social e são referências norteadoras e simbólicas, fontes de inspiração, de lembranças e, dependendo, podem ser geradoras de recursos no turismo e nos negócios. A “organização simbólica da paisagem” pode influenciar o (re) estabelecimento das relações emocionais entre o homem e o ambiente (LYNCH, 2017).

A paisagem cultural é modelada a partir de uma paisagem natural por um grupo cultural. A cultura é o agente, a área natural é o meio, a paisagem cultural o resultado. Sob a influência de uma determinada cultura, ela própria mudando através do tempo, a paisagem apresenta um desenvolvimento, passando por fases e provavelmente atingindo no final o término do seu ciclo de desenvolvimento. Com a introdução de uma cultura diferente, isto é, estranha, estabelece-se um rejuvenescimento da paisagem cultural ou uma nova paisagem se sobrepõe sobre o que sobrou da antiga. A paisagem natural é evidentemente de fundamental importância, pois ela fornece os materiais com os quais a paisagem cultural é formada. A força que a modela, entretanto, está na própria cultura. (SAUER In: CORREA; ROSENDAHL, 2004, p.59)

O sentido que se dá à natureza, quando apreciada, está associado à cultura e passa a fazer parte das histórias individuais e coletivas como uma construção cultural. Logo, esse algo é incluído na história individual ou social, ou seja, em uma produção cultural. Para Villas-Boas (2009), a cultura é “o sistema simbólico que estrutura uma dada civilização” e “toda construção subjetiva que transforma a natureza”. Nessa perspectiva, a análise da cultura não deve ser orientada por elementos materiais e concretos de maneira unicamente objetiva e isolada. Ao contrário, devem se considerar os “constructos realizados a partir desses elementos” ou que a eles deram origem, sendo analisados no contexto da produção cultural (VILLAS-BOAS, 2009, p. 17-18, grifo do autor).

Este trabalho resulta de uma investigação sobre as representações gráficas nominais e iconográficas do Pico do Ibituruna, um importante elemento da paisagem da cidade de Governador Valadares, localizada na região leste de Minas Gerais. A cidade é marcada pelo Pico, que é considerado um marco visual local, e por ele é conhecida internacionalmente pelas boas condições térmicas que oferece para a prática do voo livre. A cidade é muitas vezes chamada de capital mundial de voo livre e já foi sede de grandes campeonatos. O Ibituruna é considerado um marco local e pode ser visto de todas as regiões da cidade pelo seu grande relevo diante da planície de Valadares. Ao caminhar pela cidade, é comum olhar para a pedra gigantesca e ao mesmo tempo vê-la reproduzida graficamente em diferentes suportes e lugares. A apropriação se dá tanto do nome quanto da imagem, reproduzidos em diferentes suportes.

A pesquisa que deu origem a este artigo foi realizada primeiramente nos anos de 2010/11, com uma abrangência maior na investigação de representações nominais e iconográficas do Pico do Ibituruna na mídia, na arte e na literatura. Teve como objetivo analisar em que medida as apropriações simbólicas da paisagem revelam aspectos culturais e identitários e de que modo

participam na representação da identidade urbana. Em 2024, a pesquisa foi retomada mantendo o mesmo objeto de estudo, para fins comparativos. Em função do curto prazo de apenas seis meses, adotou-se como recorte a veiculação de marcas gráficas e suas aplicações em fachadas e letreiros dos comércios da cidade, parte da pesquisa anterior, realizada 14 anos antes. Teve como objetivo comparar os dados levantados nas duas pesquisas e criar parâmetros para análise dos casos pelo viés do design e da cultura local. Usaremos o termo “marca” como signo visual diferindo to termos *brand/branding* considerando que estes possuem um sentido mais amplo nos campos do design estratégico e do marketing. De acordo com Consolo (2015, p.31), “o *branding* é o processo de ‘marcação’, de gravar e manter a marca ativa na mente dos consumidores”. Para Ana Couto (2023), o *branding* é o responsável por construir e fortalecer a reputação das marcas muito além do seu signo visual identificador. No entanto, a autora complementa que os símbolos carregam significados que são a essência do *branding*.

Ambas as pesquisas tiveram em comum o propósito de provocar, questionar e refletir sobre o design como mediador cultural e potencializador das identidades urbanas. O design tem como um de seus atributos gerar valor e diferenciação. Para tanto, deve partir do reconhecimento do contexto que está inserido e dos marcadores de identidade locais apropriando-se de valores culturais no processo de criação e projeto.

Como aporte teórico, foram entrelaçados os conceitos das relações entre cultura, natureza, e sociedade, na qual a paisagem é tomada como ponto central, articulador, circunscrito nesta tríade. Os critérios para análise foram pautados nas relações entre design, identidade, cultura gráfica e representações sociais vinculados ao conceito da paisagem urbana. A proposta é analisar visualmente as marcas que carregam como elemento simbólico, a paisagem do Ibituruna com a intenção de reconhecer traços locais, estilos e peculiaridades que possam servir como estudo, referência, inspiração e melhor compreensão das identidades locais. Interessa à pesquisa as informações simbólicas expressas na paisagem urbana, relacionando cidade, texto e cultura gráfica.

A metodologia pautou-se em uma abordagem qualitativa e de caráter documental. Os resultados da pesquisa realizada em 2010/11 foram ponto de partida para a realização do investigação em 2024. A imagem neste trabalho é documento e fonte de análise visual como instrumento de representação. O registro fotográfico foi o meio utilizado para captura das marcas, fachadas, letreiros pelas ruas da cidade a partir de um roteiro para observação e identificação prévia dos locais a serem registrados. O levantamento de dados, a princípio, começou pelas marcas em placas e em letreiros da região central de Governador Valadares mas depois estendeu-se para outras regiões, especialmente para a região vizinha ao Ibituruna onde foram encontrados vários comércios com o nome ou imagem do Pico.

De um modo geral, os passos metodológicos foram os mesmos para ambas as pesquisas, conforme descrito a seguir:

- Registro fotográfico das marcas gráficas no espaço público de Governador Valadares dentro da região central com itinerários específicos definidos;
- Análise preliminar das amostras coletadas a fim de se realizar uma triagem, seguindo uma classificação quanto a sua forma de representação de linguagem verbal e atributos formais, a ser desenvolvida com base na literatura de referência;
- Qualificação das marcas gráficas e definição de características visuais recorrentes;
- Análise qualitativa das amostragens, subdividindo-as em grupos com características em comum e recorrentes, classificando-as;

- Elaboração do perfil geral da cultura gráfica na cidade, com padrões, estilos e peculiaridades regionais sob o olhar do design.

Os resultados encontrados apontam a paisagem do Ibituruna como um elemento simbólico da cidade, apropriado, em grande número, por marcas gráficas em diferentes segmentos. As apropriações revelam identidades múltiplas, coexistentes na cidade. A análise visual das marcas registradas durante o projeto, possibilitará, em descobrimentos futuros do trabalho, traçar um perfil com padrões, estilos e peculiaridades regionais. Para a primeira pesquisa, realizada em 2010/11, houve uma maior preocupação em classificar as marcas pelo tipo de apropriação como por exemplo, nominal, verbal, uso do símbolo, uso no nome da cidade dentre outros que serão detalhados mais à frente. E foi uma pesquisa com maior abrangência que incluiu marcas, anúncios, outdoor, sites, uniformes, impressos diversos, mídia alternativa etc. Já a pesquisa de 2024, com um caráter comparativo, limitou-se a um estudo apenas das marcas a fim de verificar as transformações no design, evoluções, exclusão de símbolos e a inclusão de novas marcas.

2 Design, cultura gráfica e identidade urbana

O design pode ser pensado com um aliado estratégico na expansão de territórios, no sentido de transmitir ideias sobre o que são, para o próprio povo do lugar ou para o mundo externo a ele (FORTY, 2007). Todo processo de comunicação de um território passa inevitavelmente pela gestão de sua própria imagem, em um processo de reconhecimento, conciliando aspectos materiais visíveis, concretos, que favoreçam o constructo de uma unidade visual e também aspectos intangíveis socioculturais, construídos no imaginário social.

Nesse sentido, o Design tem papel mediador na consolidação de imagens identitárias, ao reconhecer e adotar a paisagem como elemento simbólico e identificador de uma cidade ou território. A adoção de elementos paisagísticos urbanos na comunicação de um território pode impactar nos valores, crenças, mitos e, conseqüentemente, no que configuram as identidades territoriais. Os discursos promovidos pelas imagens associados às paisagens e à cultura local reúnem conceitos comuns que organizam o território e a ele dá uma “uniformidade e homogeneização”. Palavras usadas com cautela quando se trata de identidade territorial ou identidade urbana.

De acordo com Hall (2019), a identidade de uma cidade ou território não é fixa, rígida e definitiva, e sim uma construção sociocultural cíclica e constante. O autor defende a ideia de identidades múltiplas, fluidas e mutantes. A cidade é viva, orgânica, e dinâmica. O mundo contemporâneo nos apresenta uma cultura da velocidade e do caos, do movimento, da invisibilidade em meio ao mundo das imagens sobrepostas e disputas visuais nos cenários urbanos.

[...] na medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente. (HALL, 2019, p. 13)

A sobreposição do grande volume de estímulos visuais vem transformando o modo de ler e ver a cidade. Vivemos em um mundo de fragmentações, de vozes sobrepostas, aparentemente desconexas pelo olhar seletivo do transeunte que passa e seleciona o que vê. E nesse sentido, a cidade é diversa, com seus elementos visuais provocando diferentes interpretações. Ela pode ser lida como um texto com diferentes significados. De acordo com Barthes (2001), o meio urbano pode conter diferentes significantes, com diferentes significados para quem observa.

A cidade é um discurso, e esse discurso é verdadeiramente uma linguagem: a cidade fala aos seus habitantes, nós falamos à nossa cidade, a cidade onde nos encontramos simplesmente quando a habitamos, a percorremos, a olhamos [...]. O verdadeiro salto científico será conseguido quando se puder falar da linguagem da cidade sem metáforas. (BARTHES, 2001, p. 184).

Uma cidade é resultado de uma história acumulada e, portanto, é rica em camadas que se superpoem e se mesclam ao longo do tempo, tornando-a uma entidade complexa e multifacetada. Este constructo é embalado por fatores sociais, materiais e simbólicos, que embora mutantes, garantem uma linha de percurso que levam à identidades próprias, marcadas pela memória e pela história. Neste fio condutor, há vozes sobrepostas e entrecruzadas que unem passado e presente que se somam mas também se contrastam.

Na visão de Canevacci (2004), para se conhecer uma cidade é preciso enxergá-la dentro e fora de seu contexto; o estranho pode ser familiar e vice-versa; o óbvio e o mais difundido, pode ser conhecido; o que era para ser visto, fica invisível em meio ao turbilhão de informações percebidas de forma fragmentada e seletiva. Dessa maneira, “compreender uma cidade significa colher seus fragmentos. Lançar entre eles pontes, por intermédio das quais seja possível encontrar uma pluralidade de significados” (CANEVACCI, 2004, p. 35).

Nas cidades, os olhos não vêem coisas, mas figuras de coisas que significam outras coisas. Ícones, estátuas, tudo é símbolo. Signos urbanos, como placas, letreiros, anúncios, grafites... tudo é linguagem, tudo se presta à descrição, ao mapeamento da cidade. O olhar percorre as ruas como páginas escritas, a cidade diz como se deve lê-la. Como é realmente a cidade sob esse carregado invólucro de símbolos, o que conta e o que esconde, parece impossível de saber. (BRISSAC, 2013, p. 311)

Por meio das muitas possibilidades de interpretações, as paisagens podem conferir ao contexto urbano expressão e dimensão simbólica. E neste processo de camadas históricas, superpostas, contribuem para a leitura e escrita da cidade. A paisagem é também uma construção cultural popular. A valorização, a seleção ou a repulsão da paisagem pela sociedade pode ser percebida em suas manifestações (LUCHIARI, 2001, p.11). E é nesse sentido que a apropriação denota as relações de afeto, desprezo, desconhecimento ou indiferença. A mesma cultura que lê e interpreta a paisagem decide se irá reproduzi-la em seus discursos verbais ou iconográficos, e se irá recriá-la por meio de representações materiais e imateriais em manifestações sociais, geração de ideias, produtos e serviços, onde entram a comunicação visual popular e o design. É nesse sentido que se pretende explorar a apreensão da paisagem do Pico do Ibituruna, expressa nas marcas gráficas de Governador Valadares.

3 O Pico do Ibituruna nas marcas da cidade

Governador Valadares¹ é uma cidade considerada como um pólo econômico do Vale do Rio Doce, no leste do estado de Minas Gerais. Possui localização privilegiada por estar no cruzamento das rodovias BR-116, BR-381 e Ferrovia Vitória-Minas. É uma cidade universitária e atende ao nordeste do estado mineiro e alguns municípios do Espírito Santo e do sul da Bahia. Historicamente é marcada pelo Pico do Ibituruna que devido à sua visibilidade e também pelo importante Rio Doce que o margeia, atraiu os pioneiros em busca de ouro e pedras preciosas.

O Pico do Ibituruna possui grande força expressiva na paisagem de Governador Valadares..

¹ Governador Valadares possui uma área de 2.348,100 Km²; acolhe uma população de 257.171, segundo censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2022. Dista 324 km de Belo Horizonte e 410 km de Vitória/ES.

Tombado como patrimônio paisagístico pela Constituição Estadual e também pelo Município é parte de uma Área de Proteção Ambiental. Pelo seu tamanho e relevância histórica e cultural é considerado um monumento natural, que se destaca na paisagem urbana pela sua grandiosidade e visibilidade. É um elemento muito utilizado como argumento para divulgar o turismo, especialmente de aventura, questões políticas e promessas de melhorias urbanas. Eleito popularmente como símbolo da cidade, o Ibituruna comumente é associado à políticos em campanha e promessas de melhorias para a população.

O nome Ibituruna, em tupi-Guaraní, quer dizer “Terra Alta e Preta, ou Montanha Negra”. Conhecida também como “Serra de Pedra Preta”. Ibitur = “mistura de terra com pedra” e Una = “preta” (SOARES, 1999, fl.04, grifos da autora). Quanto à denominação no cotidiano da cidade, muitas vezes é precedido pela letra “a”, no feminino, referendo-se à serra, pedra ou montanha. Outros utilizam o artigo “o” referendo-se ao Pico do Ibituruna. Neste trabalho, ele será tratado como “o” Ibituruna.

O Pico tem altitude de 1.123 metros do nível do mar e 990 metros do nível do Rio Doce, que perpassa a cidade de Governador Valadares, segundo o Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais (Iepha-MG, 2024). “Os dois juntos – Rio Doce e Pico da Ibituruna – conformam um forte símbolo identitário e marco da paisagem local” (GUIMARÃES, 2010, p. 186). O Rio Doce e o Ibituruna fazem parte do desenvolvimento da cidade. Possuem importância histórica, política, cultural e social. Além disso, possuem um lado estético pela beleza e estão enraizados no imaginário urbano como valor gerado no fundamentalismo histórico da cidade.

Como uma moldura em volta da grande planície, onde serpenteava o rio de águas piscosas, correndo em direção ao mar, surge o maciço do Ibituruna, a mais de mil metros acima da planície, onde surgirá no futuro, uma grande cidade. O maciço é negro, coberto por vegetação abundante, a mata é cerrada e nela vivem espécies de animais desconhecidos dos viajantes portugueses: antas, jacutingas, capivaras, jacus e mutuns. (SANTOS NETTO, 1999, p. 02)

Em parte da pesquisa realizada em 2010/11, constaram versos dedicados ao Ibituruna em linguagem rebuscada, tecendo-lhe homenagens e reverências. De um modo geral, os poemas fazem alusão à uma grande pedra invencível, absoluta e vigilante. É valorizado pelo seu tamanho e considerado uma bela paisagem, especialmente quando associado ao Rio Doce, ao vôo livre. Fala-se de natureza, tranquilidade e liberdade. O Pico possui moradias comuns onde famílias lá residem, mas é também formado por sítios, chácaras, pousadas e casas de campo. Em seu caminho possui áreas de lazer e restaurantes próximos à estrada principal que leva ao topo.

É uma paisagem com diferentes significados. É lugar de viver, de lazer mas foi e continua sendo lugar de lutas e disputas, ainda que veladas. É lugar de esporte e oferece uma linda vista de toda a cidade. Na literatura mais antiga lhe são atribuídas características como “testemunha dos sonhos, bom ouvinte, um lugar de reflexão”, um tanto místico. No livro de Ruth Soares, consta: “Ibituruna, muitos cantarão teu nome! Muitos berços serão embalados à tua sombra, é testemunha muda e eloquente da glória e do progresso de um povo” (SOARES, 1999, fl. 01). Na literatura recente, fala-se da infância, de marcas do vivido, dos vãos e dos “homens pássaros”, dos esportes radicais e dos turistas estrangeiros mostrando aspectos da transformação da paisagem cultural para a realidade urbana. “Ibituruna, Pedra quente. Bons ventos levam teus homens-pássaros...” (Dias, 2009, p.47).

O Pico do Ibituruna é parte da paisagem de Governador Valadares, visível de todos os

lugares. Visualmente, é como se estivesse inserido na área central da cidade. O seu tamanho o aproxima embora esteja distante. Um passeio pela cidade possibilita a sua visualização de diferentes pontos. É como se lhe fizéssemos um contorno parcial de 180 graus. E por isso, sua forma visual não é única, pois muda de acordo com o ponto de vista. Mas há uma forma estereotipada de representação gráfica. O cotidiano promove uma convivência diária com a realidade concreta do Pico do Ibituruna e com suas representações. A reincidência é tão grande que, em alguns casos, a representação completa a realidade e vice-versa.

O nome e a imagem do Pico do Ibituruna são recorrentes na comunicação e muitas vezes disputam ou contrastam com o próprio referente. O nome é explorado com identificação da marca/naming, e também o ícone, associado ou não à palavra Ibituruna. Às vezes vem associado ao nome da cidade como “GV”, “Valadares” ou a outros referentes como “Rio Doce”, por exemplo. A forte presença da visão do Pico por toda a cidade se torna redundante e, em muitas vezes, sobrepõe o que é representação e o que é realidade do objeto concreto.

4 Pico do Ibituruna nas marcas da cidade

Na pesquisa realizada nos anos de 2010/11, constatou-se recorrência da imagem e nome do Ibituruna na comunicação visual urbana, através de fotografias, de pinturas, de artesanatos, de veículos, de materiais e mídias alternativas, de produtos e de peças de grande circulação. A investigação extrapolou o espaço urbano, constatando também sua presença na internet, nos sites institucionais da Prefeitura e da Câmara Municipais, demais instituições públicas ou privadas e sites ligados ao turismo e ao voo livre. Após a coleta, os dados foram assim organizados:

- Representações Urbanas: Outdoors, faixas e painéis no meio político e comercial.
- Mídia em Circulação: Materiais alternativos; anúncios em mídia impressa;
- Representações na internet: sites de turismo; sites institucionais.

A proposta foi ilustrar a evidência das formas de apropriação do Pico do Ibituruna por segmentos diversos, em suas marcas, como núcleo de um sistema complexo de identificação; e a maneira como são comunicadas em suas fachadas e letreiros, a partir dos registros fotográficos realizados na pesquisa e também de outras fontes, como mídia impressa e sites institucionais. Para maior clareza e organização das informações visuais, os registros fotográficos foram divididos em subgrupos, de acordo com a composição e o arranjo visual das marcas identificadas; com a apropriação por segmentos; e com a miscelânea.

- a) Nome Ibituruna associado a diferentes signos visuais;
- b) Nome e ícone do Ibituruna;
- c) Nomes “GV” e “Valadares” associados ao ícone do Ibituruna;
- d) Nomes diversos associados ao ícone do Ibituruna;
- e) Ícone Ibituruna associado a nomes de referência identitária;
- f) Apropriação por segmentos e Miscelânea.

Para a pesquisa realizada no ano de 2024, os dados foram revisitados e tomados como ponto de partida para as novas buscas e registros fotográficos. Considerando o mesmo roteiro, foram identificadas marcas que se mantiveram iguais alterando levemente as fachadas e letreiros, outras que sofreram pequenas alterações e outras que foram alteradas drasticamente. E ainda, outras que saíram de circulação por fechamento das empresas por elas representadas. Em função disso, foram organizadas em cinco grupos, descritos e exemplificados a seguir:

- a) Marcas e fachadas/letreiros redesenhados
- b) Marcas com exclusão do ícone do Ibituruna
- c) Marcas mantidas e letreiros/fachadas modificados
- d) Marcas e letreiros/fachadas mantidos.
- e) *Novos registros*

À esquerda estão os registros de 2010/11 e à direita os registros atuais, de 2024.

Figura 1 – Exemplo de marcas e fachadas/letreiros redesenhados



Fonte: Acervo da autora (2010 – 2024)

Figura 2 – Exemplos de marcas com exclusão do ícone do Ibituruna



Fonte: Acervo da autora (2010 – 2024)

Figura 3 – Exemplo de marcas mantidas e fachadas/letreiros atualizados



Fonte: Acervo da autora (2010 -2024)

Figura 4 – Exemplo de marcas matidas e fachada/letreiros levemente alterados



Fonte: Acervo da autora (2010 -2024)

Figura 5 – Exemplo de novos registros



Fonte: Acervo da autora (2010 -2024)

5 Discussão e resultados

A inquietude inicial que motivou o trabalho de pesquisa realizada nos anos 2010/11 foi responder à pergunta “em que medida as apropriações simbólicas do Pico do Ibituruna, expressas em marcas gráficas de Governador Valadares, revelam aspectos culturais e identitários da cidade; e de que modo participam na construção da identidade urbana”.

Nesse íterim buscou também o reconhecimento e preservação da memória visual da paisagem urbana valadarense, além da valorização dos aspectos locais do design e da comunicação por meio da cultura gráfica popular. Seja pela produção profissional ou vernacular, como reflexos da cultura local.

Uma importante constatação foi entender que um elemento da paisagem urbana não é assimilado simplesmente por uma imposição de qualquer entidade ou governo. Ao longo da história da cidade, houve uma tentativa de tornar o Pico do Ibituruna um pólo religioso, por meio da implantação da imagem de uma santa de grande tamanho e também a construção de uma capela. Não houve repercussão e aceitação popular quando ocorreu com os esportes radicais (mountain bike, trilhas, rapel, vôo livre, e outros). Talvez pela dificuldade de acesso dos peregrinos, mas isso é outro estudo. Interpretando Bonnemaion (2002) pode-se dizer que o Ibituruna é um geossímbolo, um lugar que fortalece a sua identidade. Possui dimensão geográfica e também simbólica.

A paisagem é lida pela cultura e por ela interpretada em determinados contextos. Independe de fatos históricos ou qualquer legado fundamentalista. Um elemento paisagístico torna-se símbolo por aceitação popular e por isso torna-se um marco representativo. Nesse sentido, há um sentimento de pertencimento, do pertencer e do fazer parte, do possuir, e de ser

representado por um símbolo forte, tão característico e marcante, presente na história da cidade e de tantas gerações de antepassados. É parte da memória coletiva, social, e também das memórias individuais, familiares, tão íntimas.

E, em se tratando de comércio, há também uma questão estratégica, mercadológica de associação com o ‘grande’, ‘evidente’, e presença do ‘forte’ Pico do Ibituruna com os empreendimentos. Ao menos na visão da gestão municipal e dos empreendedores que fazem tal opção. Em entrevista, o ex-prefeito Mourão aponta a necessidade de “pensar no atrativo turístico, no bem estar da população, mas também em atrair investimentos industriais a fim de garantir um futuro promissor em termos de desenvolvimento para a cidade como um todo e região” (MOURÃO², 2010). A prefeitura, na gestão dele explorou a imagem do Ibituruna em todo tipo de comunicação e design.

No entanto, ao mesmo tempo em que a repetição reforça o valor do Pico do Ibituruna, estrategicamente, como elemento identificador de marca, a repetição pode tirar-lhe a força da personalidade, da autenticidade e da particularização. Mais importante ainda, a originalidade, diferenciação e inovação.

Ao longo da pesquisa feita nos anos de 2010/11, observou-se grande amorismo nas propostas de identidade visual. As aplicações das marcas em diferentes suporte variavam de cores, tamanho e composição. Situação que segue na direção contrária aos princípios do design de identidade de marca. Há casos com tamanha incoerência e ruído visual a ponto de comprometer a leitura e a correspondência entre elas e os letreiros, fachadas e marcas utilizadas pela empresa em seu material corrente de comunicação. Uma incoerência para a própria marca que, em alguns casos, compromete o sentido da utilização do Pico do Ibituruna como referência considerando o valor simbólico, afetivo e principalmente o comercial.

Quanto às marcas registradas em 2024, constatamos renovações e mudanças radicais, dispensando o uso do ícone do Ibituruna (Figura 1). Principalmente aquelas que não tinham o nome vinculado a ele. Outras marcas, tiveram leves e discretas modificações, mantendo a marca original, retirando apenas o ícone do Ibituruna, quando este parecia ser de caráter complementar, sem função comunicacional agregadora de sentido à marca (Figura 2).

No entanto, muitas marcas permanecem com antes, renovando apenas os letreiros e fachadas (Figura 3). Outras optaram por manter os desenhos populares e amadores que, em uma visão do design, já estão obsoletas e pedem um redesenho - sempre respeitando os propósitos e realidade das empresas (Figura 4).

Durante a pesquisa observou-se que os novos estabelecimentos praticamente não se apropriam mais do símbolo ou nome do Ibituruna, enquanto os antigos passaram a retirá-lo. Salvo os comércios nas imediações do Pico do Ibituruna. São comércios menores e periféricos. A rua que dá acesso ao Pico possui três a quatro estabelecimentos com nome Ibituruna em apenas dois ou três quarteirões. Um deles com um design mais profissional e outros dois bastante amadores e populares (figura 5).

Ao analisar os dados levantados, esperava-se mais renovações nos últimos 14 anos. Um processo de modernização das marcas, identidades, fachadas e letreiros. A institucionalização de um curso de bacharelado em design na cidade entre os anos 2000 e 2012, entregou ao mercado excelentes profissionais que atuam localmente. Com isso, houve maior profissionalização em serviços no design valadarense.

Atualmente, está em oferta um curso tecnólogo em Design Gráfico na mesma

² MOURÃO, José Bonifácio. Governador Valadares: Hotel Ibituruna. 10 de abril de 2010. Entrevista pessoal. 40 min. Gravação sonora. Concedida à autora [transcrição autorizada pelo entrevistado].

universidade. Discussões como esta são importantes no meio acadêmico. A formação profissional não se dá distanciada da realidade na qual está inserida. E o design não se desvincula do social, da cultura e das demais realidades. Evidentemente que a formação é para o mundo, mas é papel da universidade melhorar o seu entorno por meio do ensino, da pesquisa, e neste caso, urgentemente pela extensão.

Tudo isso em uma visão dupla onde ganha a cidade com prestação de serviço com qualidade, e ganha a universidade em sua formação afinada com o mercado. Diante disso, os dados coletados serão fonte de referências para fomentar discussões sobre a produção local de design e resultar em projetos continuados de pesquisa sobre o design e em ações de extensão que venha estreitar os laços da Universidade com a realidade da cidade.

3 Referências

- BARTHES, Roland. Semiologia e urbanismo. In: **A aventura semiológica**. Trad. Mario Laranjeira. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2001.
- BRISSAC, Nelson. Ver o invisível: a ética das imagens. In NOVAES, Adauto (org). **Ética**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2007.
- CANEVACCI, Massimo. **A cidade polifônica**: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. 2. ed. São Paulo: Studio Nobel, 2004.
- CONSOLO, Cecília. **Marcas, design estratégico**: do símbolo à gestão da identidade corporativa. São Paulo: Ed Blucher, 2015.
- COUTO, Ana. **A revolução do branding**. São Paulo: Gente Editora, 2023.
- DIAS, Darlan. **Soy loco por ti GV**. Governador Valadares: Univale, 2009.
- FORTY, Adrian. **Objetos de desejo**: design e sociedade desde 1750. Trad. Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- GUIMARÃES, Cristiana. Além do tombamento: a proteção do patrimônio cultural como exercício do direito à cidade. In: **Território, sociedade e modernidade**. (Org.): Jean Luiz Neves Abreu, Haruf Salmen Espindola. Governador Valadares: Ed. Univale, 2010.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu Silva; Guacira Lopes Louro. 12ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2019.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE) . XII Censo Demográfico Brasileiro. IBGE, 2022. Disponível em <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/governador-valadares/panorama> Acesso em julho de 2024.
- INSTITUTO ESTADUAL DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO DE MINAS GERAIS (Iepha). Disponível em <https://www.iepha.mg.gov.br/index.php/programas-e-aco-es/patrimonio-cultural-protegido/bens-tombados/details/1/79/bens-tombados-pico-do-ibituruna> Acesso em julho de 2024.
- LUCIARI, Maria Tereza Duarte Paes. A (re)significação da paisagem no período contemporâneo. In: CORREA, Roberto; ROSENDAHL, Zeny (Org.). **Paisagem, imaginário e espaço**. Rio de Janeiro, EdUERJ, 2001.
- LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. Trad. Jefferson Luiz Camargo. 3ª edição. São Paulo: Edições 70/Almedina, 2017.

SAUER, Carl. A morfologia da paisagem. In: CORREA, Roberto; ROSENDAHL, Zeny (orgs). **Paisagem, tempo e cultura**. 2ª ed. Rio de Janeiro, EdUERJ, 2004.

SANTOS NETTO, Maria Cinira dos. **Desbravadores e Pioneiros do Porto de Dom Manuel**: a história de Governador Valadares. Governador Valadares: [s/n], 1999.

SOARES, Ruth. **Memórias de uma cidade**. Governador Valadares: [s/n], 1999.

VILLAS-BOAS, André. **Identidade e cultura**. Rio de Janeiro: 2AB, 2002.