

Por uma metodologia de análise dos aspectos simbólicos e comunicacionais do design das cidades digitais
For a methodology of the symbolical and communicable aspects of the design of the digital cities

BRAIDA, Frederico

Arquiteto e Urbanista; Mestrando em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio

NOJIMA, Vera Lúcia

D.Sc. em Arquitetura e Urbanismo /USP; Professora Associada Departamento Artes e Design da PUC-Rio

Palavras-chave: Cidade digital, Semiótica, Matrizes da linguagem e pensamento.

O principal objetivo deste trabalho é apresentar uma metodologia de análise dos aspectos simbólicos e comunicacionais do design das cidades digitais. Tomamos a hipótese das matrizes da linguagem e pensamento (sonora, visual e verbal) apresentada por Lucia Santaella (2005) como referencial teórico e, servindo-nos das classificações elaboradas pela autora, verificamos como se manifestam e se articulam as sintaxes sonoras, as formas visuais e os discursos verbais no site oficial da Prefeitura do Rio de Janeiro.

Key-words: Digital City, Semiotics, Matrixes of language and thought.

The aim of this work is to present a methodology of analysis of the symbolical and communicable aspects of the design of the digital cities. We take the hypothesis of the matrixes of language and thought (sonorous, verbal and visual) presented by Lucia Santaella (2005) as a theoretical reference then we use the classification elaborated by the author to verify how the sonorous syntax, the visual forms and verbal discourse manifest and how they articulate themselves in the official site of Rio de Janeiro town hall.

1-Cidades digitais: entre a “realidade” e a representação simbólica

A partir dos fins do século passado, após os anos de 1980, com o desenvolvimento das chamadas novas tecnologias de informação e comunicação (NTIC), a complexidade do campo das comunicações foi intensificada. Os computadores e as tecnologias digitais infiltraram-se de forma tão definitiva nas nossas vidas que adquirimos uma nova forma de ver e de representar o mundo: a digital. Por meio da representação e comunicação digitais, os limites geográficos das cidades foram extrapolados. Nesse sentido, podemos dizer que a cidade digital surgiu como uma nova dimensão simbólica da cidade tradicional.

“Cidade digital” é o nome dado, *grosso modo*, à nova forma de agrupamento urbano característico da cultura digital¹. De acordo com Silva (2004, p.7), a cidade digital é também conhecida por “cibercidade”, “cidade virtual”, “município digital” ou “município virtual”, “cidade eletrônica”, “cidade inteligente” e outros nomes, os quais representam “uma projeção de simulacros de diferentes cidades”. Agora, as cidades já podem ser imaginadas sob mais um ponto de vista: o virtual. Segundo Ferrara (2000, p.22), “a cidade dos espaços utilitários transformou-se na imagem da cidade que ancora a realidade do virtual, dando-lhe uma dimensão concreta e permitindo que o imaginário que se expande ante a tela do computador ou do televisor seja socializado”.

É justamente sob esta ótica que diversos pensadores, entre eles filósofos, sociólogos e antropólogos, arquitetos e urbanistas, geógrafos, artistas e designers, têm conduzido suas pesquisas. Lévy (2005, p.186) menciona que as relações entre cidades e ciberespaço, têm sido tratadas “por diferentes autores, tanto teóricos como práticos”. E, ainda de acordo com Lévy (ibid., p.187), “cidade digital” é um sinônimo para “cidade virtual” e se refere a uma espécie duplicação da cidade clássica, de suas instituições e de seus equipamentos.

Embora Ishida (2000) apresente uma visão mais técnica da cidade digital, ele a define como uma plataforma de base para o desenvolvimento de uma rede comunitária. Para Ishida (ibid., p.10), as cidades digitais têm uma variedade de direções: turismo, comércio, transporte, planejamento urbano, bem-estar social, controle

da saúde, educação, políticas, entre outras. Já Zancheti (2001, p.2) cita que, de maneira geral, a cidade digital é “um sistema de pessoas e instituições conectadas por uma infra-estrutura de comunicação digital (a Internet) que tem como referência uma cidade real”.

Uma outra importante contribuição para o nosso entendimento sobre as cidades digitais pode ser encontrada na obra *City of Bits*, escrita por Mitchell (1994). A “cidade dos *bits*” é uma formulação que expressa o entendimento do autor no que diz respeito à cidade digital, a qual é definida por ele como uma grande urbe nascente do rompimento do modelo tradicional de comunicação (baseado na sincronicidade), conformada pelo conjunto dos espaços virtuais interconectados. Segundo Mitchell (2002, p.28), o alvorecer deste nosso milênio deveria se dar a partir da construção de “*e-topias* — cidades eletronicamente servidas e globalmente ligadas”.

Estas são apenas algumas das inúmeras conceituações formuladas por diversos autores para a “cidade digital”. Cientes de tal diversidade, nós abordamos, em nossa pesquisa², a cidade digital sob o enfoque da representação, ou seja, como um sinônimo de *website* oficial de uma cidade tradicional. Entendemos a cidade digital como uma representação simbólica, uma construção tecnológica não desvinculada da cidade tradicional. Afinal, Castells (2006, p.459) nos lembra que “não há separação entre ‘realidade’ e representação simbólica” e, segundo Ferrara (2002, p.48), o “infinito mosaico de imagens imaginárias da cidade virtual não se destina a outra realidade senão à percepção da cidade cotidiana [...]”.

2-As cidades digitais como produtos do design

A quem cabe a produção de cidades digitais? Esta é mais uma das perguntas que nos fazemos sem que cheguemos a uma resposta consensual. Lévy (2000, p.110) afirma que “os novos arquitetos” podem ser provenientes de “meios tradicionais da arte como engenheiros, criadores de redes ou interfaces, inventores de *softwares*, equipes localizadas em organismos internacionais de padronização, juristas da informação etc.”. E prossegue mencionando que

em matéria de criação e de gestão de signos, de transmissão de conhecimento, de administração dos espaços de vida e de pensamento, a melhor propedêutica está, sem dúvida, do lado da literatura, da arte, da filosofia, da alta cultura em geral. A barbárie nascerá — já nasce — da separação: contrariamente ao que eles pensam, nesse aspecto, os técnicos têm muito a aprender dos humanistas. Simetricamente, as pessoas da cultura devem fazer o esforço de apoderar-se dessas novas ferramentas, já que elas redefinem o trabalho da inteligência e da sensação. Na falta desse encontro, só obteremos, afinal, uma técnica vazia e uma cultura morta.

Assim, embora Lévy também não apresente uma resposta definitiva, aponta que a organização e construção da cidade digital, de forma mais abrangente, do ciberespaço, devem ser orientadas por uma equipe multidisciplinar, integrada por técnicos e humanistas. Para além da metáfora da cidade digital, Sassen (2000) compara os modos de ocupação da cidade tradicional com os do ciberespaço. Segundo a autora, tanto num modelo quanto no outro, a ocupação pode ser efetivada de duas formas: por um lado, de modo planejado e, de outro, a ocupação é desordenada. Segundo Freitas, Mamede e Lima (2001, p.7) “as ciber-cidades oficiais encaixam-se no modelo organizado, onde todas as áreas a serem ocupadas são definidas previamente” e, por isso, de acordo com os mesmos autores, o processo de planejamento e construção das cidades digitais “consiste na pesquisa e desenvolvimento de interfaces que mediem as relações entre os administradores e usuários de uma dada região”.

Em termos de procedimentos metodológicos, o urbanismo das ciber-cidades deve ser compreendido como uma modalidade específica de *site design* que incorpora e adapta conceitos, técnicas e tecnologias experimentados na construção de sites para a World Wide Web. A busca por soluções de design para a implementação de cidades digitais, como categoria de web site, se configura num processo composto por duas etapas distintas. A primeira se inicia na identificação dos conteúdos, recursos e público ao qual o projeto se destina e se conclui na proposição de uma arquitetura da informação que lhes seja adequada. A segunda etapa consiste na tradução dessa arquitetura em espaço visível e sinalizado, de forma a permitir que o usuário o explore com facilidade e eficiência. Por definição, o *site design* é responsável pela comunicação, clara e articulada, dos propósitos, intenções e objetivos que motivam a implementação de uma cidade digital (Freitas, Mamede e Lima, 2001, pp.8-9).

Segundo Lemos (2000, p.8), a cidade é “uma rede eco-social complexa” e, por isso, “devemos ter em mente esta complexidade para que a cidade digital não seja apenas uma metáfora simplificadora”. Lemos ainda afirma que “o design deve explorar o potencial de conexão entre as pessoas e evitar ser uma simples transposição espacial do espaço. O modelo não deve ser substitutivo, nem transpositivo, mas complementar”.

Com base nestas observações, temos por hipótese que os webdesigners, designers de informações ou de interface, apoiados em metodologias próprias do campo das Artes e do Design, direcionados por teorias advindas dos campos da Comunicação e da Semiótica, apresentam-se como os profissionais mais bem preparados para coordenar o desenvolvimento dos projetos de cidades digitais, de tal forma que a imagem das cidades seja coerentemente representada no meio digital, por meio de seus *sites* oficiais.

De fato, as discussões sobre as cidades digitais são muito amplas e sabemos que elas extrapolam os limites dos estudos da interface gráfica para abarcar questões de ordem sociológica e, até mesmo, filosófica. Entretanto, nos interessam, nesta pesquisa, as faces que estão mais próximas das questões do webdesign, da representação, da comunicação visual, da imagem digital, formas pelas quais as cidades digitais se mostram mais perceptíveis. Não nos preocuparemos, contudo, com as questões ergonômicas da interface gráfica, o que não indica terem menor importância na configuração final da cidade digital as contribuições advindas do campo da Ergonomia. O enfoque do nosso estudo recai, então, sobre a linguagem utilizada para o desenho da cidade digital: a hipermídia.

3-A linguagem das cidades digitais

Com a emergência do ciberespaço e da comunicação mediada por computadores (signos da Cibercultura) surgiu uma nova linguagem, a hipermídia. Segundo Santaella (2005, p.390), depois da digitalização, “todos campos tradicionais de produção de linguagem e processos de comunicação humanos juntaram-se na constituição da hipermídia”. Agora, em termos gerais, os suportes já não mais são encontrados separados, tal como acontecia antes da era digital, devido à incompatibilidade entre eles. A palavra de ordem é a convergência. Para a hipermídia convergem o texto escrito, o audiovisual e a informática.

Segundo Landow (1994 apud Santaella, *ibid.*, p.390), a hipermídia é “uma linguagem inaugural em um novo tipo de meio ou ambiente de informação no qual ler, perceber, escrever, pensar e sentir adquirem características inéditas”. Realmente, não é raro acessarmos uma página da Internet que foi construída com sons, imagens e textos, todos fortemente articulados entre si e que, ainda, seja interativa, que permita uma interferência do usuário, o qual pode assumir uma postura ativa diante das telas eletrônicas³.

Cabe, agora, colocar as seguintes perguntas: Porque estudar as cidades digitais sob o ponto de vista das linguagens? Qual é a nossa contribuição para o campo do design quando estudamos as cidades digitais sob o aspecto das linguagens que as compõem?

De acordo com Ferrara (2002, pp. 6-7), são várias as

modalidades produtivas do design que se entende como fenômeno da linguagem onde encontram e atiram a arquitetura, a cidade, o desenho industrial de objetos, o design gráfico, a comunicação e a programação visual influenciados tanto pela complexa realidade global que atinge todos os espaços como, sobretudo, pela multiplicidade visual da imagem no mundo informatizado.

Ainda, segundo Ferrara (*ibid.*, p.37),

o pensamento se constrói na construção da linguagem. Nosso exercício de conhecimento está ligado às linguagens de que dispomos para o exercício do jogo reflexivo da razão, ou seja, linguagem é o outro nome para a mediação indispensável ao conhecimento do mundo. Os sistemas de signos medeiam nossa relação com o mundo, mas, de outro lado, contaminam esse conhecimento com as características produtivas que os concretizam: estruturas sensíveis, tecnológicas, lógicas, poderes e limites.

Nojima (2006, p.124) assinala que, “assim, como um acontecimento de linguagem, são construídos os significados que modelam e orientam, retificam e reorientam os mais diversos discursos dos produtos resultantes do Design”. A autora, em seu artigo intitulado “Os estudos das linguagens como apoio aos processos metodológicos do design” deixa bastante claro quão útil pode ser o estudo das linguagens para o campo do design, principalmente quando se trata dos seus aspectos comunicativos e de produção de significados. Ainda, segundo Nojima (ibid., p.126) “os fundamentos da semiótica, por seu turno, possibilitam verificar os processos da construção, produção e compreensão dos enunciados, expressos por sinais perceptíveis, chamados signos”.

Uma vez que concordamos com Nojima (2006, p.129) quando diz que “a tarefa do designer é traduzir as distintas funções de produto em signos, de maneira que possam ser compreensíveis pelo usuário em potencial”, acreditamos que o estudo dos produtos desenvolvidos pelos designers, baseado em princípios semióticos, apresenta-se como uma estratégia metodológica pertinente. Eis aqui, então, nossa principal justificativa para concentrarmos nosso olhar na linguagem das cidades digitais.

Também, conforme apontam Farbiarz e Nojima (2006, p.64), “a linguagem se apresenta circunscrita em um contexto social, e não apenas restrita ao discurso e a seus interlocutores” e é “desse contexto abrangente que ela retira e recoloca elementos e valores comunicacionais”. Portanto, a cidade digital não poderia ser composta por outra linguagem senão a hipermídia, uma linguagem emergida, assim como a cidade digital, da cibercultura, graças ao advento das novas tecnologias de informação e comunicação, das tecnologias digitais ou, ainda, tecnologias do virtual.

Reafirmamos que, para nós, a cidade digital é uma representação simbólica, uma construção tecnológica não deve estar desvinculada da cidade tradicional. Sendo assim, as cidades digitais, são compostas por palavras, imagens, textos, documentos, gráficos, sons, ruídos, músicas, vídeos etc., todos misturados e relacionados entre si, sempre relacionados a uma cidade já existente. Esta nossa definição vai ao encontro daquela proposta por Lemos (op. cit., p.3):

o objetivo de uma cidade digital “não seria substituir a cidade real pela descrição de seus dados, mas inserir em formas de fluxos comunicacionais e de transporte através da ação a distância (características das redes telemáticas). Ela deve reivindicar ser uma “narrativa” da cidade e não sua transposição literal ou espacial. A cibercidade é uma descrição/narração onde os olhos não vêem coisas, mas simulações de quase-objetos; ícones e símbolos gráficos...

Então, como analisar uma cidade digital do ponto de vista da representação e da linguagem? Sabendo-se que o processo de análise demanda uma decomposição, encontramos na hipótese das matrizes da linguagem e pensamento, apresentada por Santaella (op. cit), uma base teórica, ou uma metodologia, possível da o estudo que por ora propomos.

Apesar das inúmeras misturas e formas de linguagem (literatura, música, teatro, desenho, pintura, gravura, escultura, arquitetura, hipermídia etc.) que possam existir, Santaella (ibid., p.20) postula que “há apenas três matrizes de linguagem e pensamento a partir das quais se originam todos os tipos de linguagens e processos signos que os seres humanos, ao longo de toda a sua história, foram capazes de produzir”. São três as matrizes propostas pela autora: (1) a verbal, (2) a visual e (3) a sonora.

4-As matrizes da linguagem e pensamento (sonora, visual e verbal) propostas por Lucia Santaella⁴

No argumento de Santaella está a convicção de que há raízes lógicas e cognitivas específicas que determinam a constituição do verbal, do visual, do sonoro, e de toda a variedade de processos sígnicos que eles geram. E, para comprovar sua hipótese, a autora procura explicitar como se dá a passagem do nível lógico e cognitivo latente para o nível de manifestação das mensagens.

Uma vez que o nível de abstração dos conceitos peircianos é muito elevado e de difícil aplicação direta a linguagens manifestas ou processos concretos de signos, Santaella propõe, por meio das matrizes da linguagem e pensamento, uma extrapolação das categorias fenomenológicas universais de Peirce, expandidas

na sua teoria e classificação dos signos. Santaella (ibid., pp.29-28) afirma que o propósito que guiou a elaboração do seu sistema classificatório

foi criar um patamar intermediário entre os conceitos peircianos e as linguagens manifestas, de modo que as modalidades do verbal, visual e sonoro possam servir de mediação entre a teoria peirciana e a semiótica aplicada, funcionando como um mapa orientador muito flexível e multifacetado para a leitura de processos concretos de signos: um poema, um filme, uma peça musical, um programa de televisão, um objeto sonoro, e todas as suas misturas tais como podem ocorrer na hipermídia.

De acordo com a hipótese das matrizes da linguagem e pensamento, a linguagem verbal está para a terceiridade, assim como a visual está para a secundidade e a sonora para a primeiridade. Santaella esclarece que essa idéia não se apóia apenas nas categorias de Peirce, mas também nos tipos dos signos que delas se originam, os mais fundamentais entre eles sendo o símbolo como terceiridade, o índice como secundidade e o ícone como primeiridade.

Cada matriz proposta se divide em 9 modalidades, num total de 27, além de outras submodalidades adicionais. Há, portanto, combinações e misturas, as quais não se dão apenas entre as modalidades no interior de uma mesma matriz, mas também podem se dar entre as modalidades das três matrizes entre si. Ao apresentar as nove modalidades de cada matriz e as misturas entre elas, Santaella pretende demonstrar quais as bases, os princípios lógicos e as leis que regem essas misturas.

No quadro abaixo é apresentada a classificação das modalidades estabelecidas por Santaella. Com a ajuda deste gráfico é possível percebermos como se relacionam as três matrizes da linguagem e pensamento entre si.

1. Matriz sonora		
1.1 Sintaxes do acaso		
1.1.1 Puro jogo do acaso		
1.1.2 Acaso como busca		
1.1.3 Modelizações do acaso		
1.2 Sintaxe dos corpos sonoros	2. Matriz visual	
1.2.1 Heurística dos corpos	2.1 Formas não-representativas	
1.2.2 Dinâmica das gestualidades	2.1.1 Talidade	
1.2.3 Som e abstrações	2.1.2 Marca do gesto	
	2.1.3 Invariância	
1.3 Sintaxes convencionais	2.2 Formas figurativas	3. Matriz verbal
1.3.1 Ritmo	2.2.1 Sui generis	3.1 Descrição
1.3.2 Melodia	2.2.2 Conexão dinâmica	3.1.1 Qualitativa
1.3.3 Harmonia	2.2.3 Codificação	3.1.2 Indicial
	2.3 Formas representativas	3.1.3 Conceitual
	2.3.1 Semelhança	3.2 Narração
	2.3.2 Cifra	3.2.1 Espacial
	2.3.3 Sistema	3.2.2 Sucessiva
		3.2.3 Causal
		3.3 Dissertação
		3.3.1 Conjectural
		3.3.2 Relacional
		3.3.3 Argumentativa

Tabela 01 – Diagrama das três matrizes e suas modalidades⁵. Fonte: Santaella (2005, p.372).

Mas em qual matriz se encaixa a linguagem das cidades digitais? As cidades digitais não são produzidas a partir de uma única matriz, mas sim a partir de uma mistura de todas elas. Sendo a hipermídia a linguagem das cidades digitais, podemos dizer que elas resultam de um processo de hibridação das matrizes.

5-Uma análise do Portal da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro à luz das matrizes da linguagem e pensamento

A partir dos anos de 1990 foi que se deu a corrida pela criação e pelo desenvolvimento de cidades digitais oficiais. Na verdade, esta corrida está diretamente relacionada com as mudanças deflagradas pelo advento das tecnologias digitais também ocorridas nos campos da administração e da gestão pública. Estas cidades

digitais são sites da *web*, desenvolvidos sob a tutela⁶ das prefeituras para estreitar os laços e caminhos de comunicação entre o governo local e os cidadãos. As cidades digitais assim compreendidas são, também, novos e poderosos instrumentos políticos. A noção de cidade digital como ferramenta política é explicitada por Graham (1996) quando afirma que

as cidades virtuais são espaços eletrônicos, em geral com base na World Wide Web, que foram desenvolvidos para interligar, de forma explícita, as agendas de desenvolvimento de cada cidade. Tais cidades virtuais estão funcionando como ferramenta política para uma variedade de planos e objetivos urbanos: marketing urbano global, estímulo ao turismo de negócios e de consumo, melhoria das comunicações entre os cidadãos e os governos locais, aumento da competitividade das empresas locais, maior integração das economias locais e o renascimento do civismo e da cultura local.

É sob este aspecto institucional e político que o Portal da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro está inserido. O *website* está disponível na Internet e pode ser encontrado no seguinte endereço eletrônico: <http://www.rio.rj.gov.br>. Em termos gerais, a estrutura da *homepage*⁷ é bastante simples e rígida, composta por: (1) um cabeçalho fixo; (2) três colunas centrais, sendo uma principal coluna mais larga e as das laterais mais estreitas; ao final da página há (3) um rodapé contendo o carimbo da prefeitura. O cabeçalho é composto por uma faixa alaranjada sobre a qual estão o carimbo da prefeitura e quatro *links*: (1) guia de serviços, (2) ouvidoria, (3) órgãos municipais e (4) diário oficial. Sob a faixa principal há uma outra destinada a apresentar as chamadas para notícias locais, ou seja, as principais manchetes do dia.

De fato, o portal se restringe a um ambiente informativo. Não somente sua aparência e formatação, bem como a sua linguagem, aproximam-se daquelas utilizadas em *websites* jornalísticos. As frases são curtas e diretas. As palavras e as imagens aparecem enquadradas em uma malha pouco flexível, sempre no sentido denotativo. As imagens estão, quase sempre, a serviço de ilustrar o texto, ou seja, falam muito pouco por si mesmas. A interatividade proporcionada ao receptor é bastante limitada. Não há nenhum *link* para uma sala de bate-papos, o que poderia ser um local de encontro de cibercidadãos. Algumas opções de interação são: (1) cliques em *links* para (mais) informações, (2) buscas por serviços através um quadro específico, ou (3) votações em enquetes.

Com relação às matrizes da linguagem e pensamento, podemos dizer que há, nitidamente, o predomínio da matriz verbal. Segundo Santaella (op. cit., p. 401) “a predominância do verbal se dá sempre nas hipermídias de tipo enciclopédico”. Podemos acrescentar que os portais informativos também carregam em si a predominância da matriz verbal. Neste tipo de *website*, mesmo quando o texto é acompanhado por fotos, vídeos, *slide-shows*, sons e músicas, estes elementos não comprometem a natureza eminentemente verbal da hipermídia. Estes tipos de *homepages* são bastante parecidos com as capas dos jornais impressos. A diferença está no fato de que, nos impressos não há *links* concretos entre as manchetes e as notícias, a não ser pela indicação do número das páginas, o que inexistente na hipermídia, cuja estrutura é multilinear.

Podemos dizer que o caráter das informações contidas neste portal é da ordem da descrição (3.1)⁸ e, predominantemente, da narração (3.2), mais especificamente da narração sucessiva (3.2.2), por ser esta a mais típica para a maioria das notícias jornalísticas. Segundo Santaella (ibid., p.334) “sob o aspecto da sincronização entre narrativa e acontecimento, muito próximo do diário, está o jornal de notícias. O que aconteceu ontem é notícia hoje”. A autora ainda explica que “a notícia é o melhor exemplo de sucessividade cronológica, porque ela busca reduzir o acontecimento ao fio de sua temporalidade” (Santaella, ibid., pp. 334-335). A sucessividade cronológica (3.2.2.3) é uma submodalidade da narração sucessiva, e está no nível de terceiridade.

A maioria dos ícones de navegação dessa hipermídia é formada por palavras. De acordo com Santaella (ibid., p.339),

quando os ícones de navegação são palavras, eles são duplamente simbólicos, visto que, além da convenção da escrita em si mesma, o ícone de navegação é ainda uma convenção da linguagem da informática. Mas os ícones de navegação são também índices por funcionarem como sinalização para a navegação, ao mesmo tempo que funcionam ainda como ícones, embora sejam palavras, porque, ao ocuparem o lugar dos ícones de navegação, contaminam-se da função icônica que é própria deles.

A matriz sonora, no portal da Prefeitura do Rio de Janeiro não chega a construir um discurso; ela praticamente inexistente. O som é indicial e tem o papel de sinalizar o movimento do clique do *mouse*. Ao clicarmos em um determinado ícone, é emitido um som, o qual não contribui ampliar a impressão de uma imagem completa. Entretanto, embora, como já mencionamos, o discurso verbal seja predominante, a matriz visual também se mostra bastante expressiva. Sob o ponto de vista do modo como as imagens foram produzidas, percebemos que há (a) a produção sintética, a qual se dá através da construção com algoritmos e processadores, como é o caso do brasão da prefeitura estilizado e (b) imagens de registro: a fotografia. Quanto à sua natureza, há presença de imagens (a) não-representativas, (b) figurativas e (c) representativas. Por fim, Quanto às metamorfoses e evolução temporal, existem tanto imagens (a) animadas, quanto (b) estáticas, bem como, as (c) editadas e as (d) não editadas.

De acordo com Santaella (ibid., p.210), as “formas não-representativas dizem respeito à redução da declaração visual a elementos puros: tons, cores, manchas, brilhos, contornos, formas, movimentos, ritmos, concentrações de energia, texturas, massas, proporções, dimensões, volume etc”. Nestes termos podemos encaixar a presença da cor laranja na *homepage* do Portal da Prefeitura. A cor laranja está bastante presente em toda a página. Inicialmente, poderíamos dizer que o que está em jogo é a qualidade reduzida a si mesma, ou seja, a talidade (2.1.1), porém, é importante notar que, no contexto geral, o laranja é elevado ao nível simbólico, uma vez que o poder local atual instituiu esta cor como símbolo de seu governo.

Para ilustrar a importância de tal cor para a imagem do governo, podemos citar que o coroamento do edifício sede da Prefeitura do Rio, localizado à Rua Afonso Cavalcanti, 455, na Cidade Nova, (vulgarmente conhecido como “Piranhão”) foi pintado de laranja. Devemos salientar que sobre a faixa laranja no topo do edifício está o endereço eletrônico da Prefeitura. Fica constatado que há uma forte ligação entre a cor e a imagem da administração. Também, recentemente, havia faixas colocadas na Linha Vermelha (Via Expressa Presidente João Goulart) que diziam “A linha é laranja”; uma estratégia de *marketing* urbano. Um outro exemplo, ainda, são os *banners* do *site* com fotografias em tons de cinza e elevados destaques para a cor laranja.

Também, podemos citar que o carimbo que se tem utilizado pela administração vigente é formado por um retângulo laranja, sobre o qual estão, à direita, a palavra “prefeitura”, na cor preta, grafada em caixa alta, e, à esquerda, um brasão estilizado, também em preto. Devemos ressaltar que estas são as mesmas cores utilizadas na pintura do coroamento do edifício supracitado. Este selo enquadra-se no que Santaella chamou de sistema convencional indicial (2.3.3.2), o qual trata do universo das siglas, logotipos e logomarcas. Todos os três funcionam como nomes próprios visuais e fazem parte de um sistema de representação convencional (2.3.3): o das marcas institucionais, as quais valem “como uma assinatura, com todos os valores de identificação, identidade, auto-identidade no tempo e no espaço que uma assinatura contém” (Santaella, ibid., p.258).

Finalmente, observamos que na *homepage* há uma predominância das formas figurativas, também denominadas referenciais ou denotativas. Sem dúvida, a presença deste tipo de imagem deve-se ao fato de o portal representar uma cidade concreta, de forma que possam ser produzidas imagens por registro físico (2.2.2.2), submodalidade da “figura como registro: a conexão dinâmica” (2.2.2), cujo protótipo está na fotografia e na holografia. As fotografias, por seu caráter indicial e referencial, são bastante utilizadas ao lado de textos informativos ou de notícias. Já as imagens que frequentemente são utilizadas no cabeçalho da *homepage*, caminham na direção da generalidade própria do símbolo. A presença de imagens do Cristo Redentor, do Pão de Açúcar, da praia e dos fogos de artifícios são altamente simbólicas para a cidade do Rio de Janeiro.

Esperamos que, a partir destas discussões, tenhamos contribuído para destacar que, subjacente aos aspectos técnicos e ergonômicos das interfaces das cidades digitais, há um projeto que privilegia os aspectos simbólicos e comunicacionais. Além disso, ter contribuído para demonstrar mais uma aplicação prática do estudo de Santaella, quiçá uma metodologia de análise à luz das matrizes da linguagem e pensamento.

¹Segundo Santaella, 2003, p.103, a cibercultura (ou cultura digital) “encontra sua face no computador, nas suas requisições e possibilidades”. Para uma compreensão mais profunda sobre as questões da cibercultura, cf. Lévy (2005).

²Este trabalho é parte de uma pesquisa de mestrado, desenvolvida pelo autor, sob a orientação da autora.

³Para Laufer e Saneta (1997, apud Santaella, 2005, p.391), “do ponto de vista da linguagem e da comunicação, a hipermídia se define como acesso simultâneo a determinados textos, imagens e sons, utilizando-se uma ou mais telas eletrônicas”.

⁴As três matrizes da linguagem e pensamento propostas por Lucia Santaella estão minuciosamente detalhadas no livro da autora intitulado “Matrizes da linguagem e pensamento: sonora visual verbal: aplicações na hipermídia”. Cf. Santaella (2005).

⁵Estas modalidades ainda dividem-se em submodalidades. Cf. Santaella (2005), especialmente capítulos IV, V e VI.

⁶No caso do *site* da cidade do Rio de Janeiro, por meio de uma simples consulta ao portal não podemos saber quem são os membros da equipe de desenvolvimento da hipermídia. Há, apenas, ao final da página, um carimbo da prefeitura. Isto demonstra o quanto da imagem governamental se faz presente e hegemônica.

⁷Nosso estudo se concentra na análise da *homepage*. As interfaces analisadas são de janeiro a março de 2007.

⁸Os números dentro dos parênteses, que aparecerão de agora em diante, estão relacionados à classificação das matrizes da linguagem e pensamento. Ver Tabela 01.

7-Bibliografia

CASTELLS, M. **Sociedade em rede**. A era da Informação: economia, sociedade e cultura. v.1. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

FARBIAS, A. & J; NOJIMA, V. L. Os quatro ventos da comunicação. In: COELHO, Luiz Antonio L. (org.). **Design método**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006.

FERRARA, L. **Design em espaços**. São Paulo: Edições Rosari, 2002.

_____. **Os significados urbanos**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Fapesp, 2000.

FREITAS, J.; MAMEDE, J.; LIMA, M. **Espaço de fluxos em projetos de ciber-cidades**. [2001].

Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/mamede-jose-freitas-lima-cibercidades.pdf>>. Acesso em: 2 out. 2006.

GRAHAM, S. **Rumo à cidade em tempo real**: desenvolvimento urbano numa sociedade globalizada e telemediática, [1996]. Disponível em <http://www.wisetel.com.br/espaco_de_futuros/vcidade.htm>. Acesso em: 01 nov. 2006.

ISHIDA, T. **Understanding Digital Cities**. 2000. Disponível em:

<<http://www.ai.soc.i.kyoto-u.ac.jp/publications/00/00work01.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2006.

LEMONS, A. **Ciber-socialidade**. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Disponível em:

<<http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/artigos.html>>. Acesso em: 16 ago. 2000.

LÉVY, P. **Cibercultura**. 2. ed. (5. reimpressão). São Paulo: Ed. 34, 2005.

_____. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. 3. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2000.

MITCHELL, W. **City of Bits**: space, place, and the infobahn. [1994]. Disponível em: <http://mitpress.mit.edu/e-books/City_of_Bits>. Acesso em: 20 dez. 2004.

_____. **E-utopia**: a vida urbana, mas não como a conhecemos. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2002.

NIEMEYER, L. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

NOJIMA, V. L.. Os estudos das linguagens como apoio aos processos metodológicos do Design. In:

COELHO, Luiz Antonio L. (org.). **Design método**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006.

SANTAELLA, L. **Matrizes da linguagem e pensamento**: sonora visual verbal: aplicações na hipermídia. 3. ed. São Paulo: Iluminuras: FAPESP, 2005.

_____. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SASSEN, S. **Web-Urbanismo**. Disponível em Disponível em <http://www.web_urbanismo.com>. Acesso em 01 dez. 2006.

SILVA, M. **A (ciber) geografia das cidades digitais**. Niterói: UFF, Tese de Mestrado, 2002. (Versão eletrônica). Disponível em <<http://www.tamandare.g12.br/cidadedigital/>>. Acesso em 01 dez. 2006.

TEIXEIRA COELHO NETTO, J. **Semiótica, informação e comunicação**: diagrama da teoria do signo. 2. impressão. São Paulo: Perspectiva, 1983.

ZANCHETTI, Sílvio Mendes. Cidades Digitais e o desenvolvimento local, **RECITEC**, Recife, v.5, n.2, p.311-329, 2001. Disponível em: <<http://www.fundaj.gov.br/geral/recitec/art-029.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2006.

Frederico Braid fbraid@hotmai.com ou fredericobraid@yaho.com.br

Vera Lúcia Nojima nojima@rdc.puc-rio.br