

A IDENTIDADE VISUAL DAS CIDADES

Lara Espinosa

RESUMO

Este é um registro de resultados da pesquisa feita em três municípios que exteriorizam identidade através de marcos colocados nos acessos junto às rodovias: Bento Gonçalves, Carlos Barbosa e Garibaldi. A pesquisa foi realizada nos anos de 1998/99 na região da Serra, no Rio Grande do Sul, com a intenção de refletir acerca da comunicação das identidades municipais a partir de seus respectivos marcos. Os marcos colocados nos acessos, em algumas cidades, têm o papel de rótulos, quando elas passam a ser tratadas como produtos para a indústria do turismo. A pesquisa mostra como os habitantes de três cidades vizinhas e com a mesma origem apresentam opiniões diferentes quanto a essas estratégias de representação.

Palavras-chave: identidade visual, indústria do turismo, estratégias.

ABSTRACT

This is a survey report. The survey was done in towns that exteriorize their identity by constructed marks on their access roads. It was done in 98/99 in Rio Grande do Sul, Serra region, and intends to search elements about municipal communication aspects. The marks, in some towns' access, work like a brand of identity and the town became to be treated like a tourism industry product. The survey shows how three same origin and neighbor towns have different citizen opinions about the cities representation strategies.

Keywords: visual identity, tourism industry, strategies.