



## Elementos de semiótica na análise gráfica de identidades visuais: a marca da Piraquê desenvolvida por Lygia Pape

*Elements of semiotics in the graphic analysis of visual identities: the Piraquê brand developed by Lygia Pape*

*Elementos de semiótica em el análisis gráfico de identidades visuales: la marca Piraquê desarrollada por Lygia Pape*

**André Antônio de Souza**

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Escola Superior de Desenho Industrial,  
Programa de Pós-graduação em Design, Rio de Janeiro, RJ, Brasil

[asouza@esdi.uerj.br](mailto:asouza@esdi.uerj.br) | <https://orcid.org/0000-0003-3488-8047>

### Resumo

Por volta dos anos 1970, Lygia Pape desenvolveu uma revitalização da identidade visual da Piraquê, que incluiu uma nova marca. A estrutura da representação tem despertado a curiosidade do público, uma vez que o seu sentido, à parte do logotipo, não se mostra com clareza. Com o objetivo de compreender a criação, este estudo exploratório empreendeu uma análise gráfica do desenho, com o auxílio de elementos de semiótica. Para isso, realizou-se uma consideração do percurso da artista no âmbito do *Design* e de conceitos da disciplina necessários para a avaliação. A análise enfatizou o caráter racionalista do signo, prováveis referências utilizadas por ela em sua concepção e uma possível explicação para o seu sentido oculto. A consideração faz parte de um estudo maior que procura ampliar a visibilidade de Pape como *designer* gráfica e a compreensão da obra da artista em sua totalidade.

**Palavras-chave:** Design gráfico. Arte. Semiótica. Piraquê. Lygia Pape.

### Abstract

*Around the 1970s, Lygia Pape developed a revitalization of Piraquê's visual identity, which included a new brand. The structure of the representation has aroused the curiosity of the public, once its meaning, apart from the logo, is not shown clearly. In order to understand the creation, this exploratory study undertook a graphic analysis of the drawing, with the help of elements of semiotics. For this purpose, a consideration of the artist's path in the field of Design and of the disciplinary concepts necessary for analysis were considered. The analysis emphasized the rationalist character of the sign, probable references used by her in its conception and a possible explanation for its hidden meaning. This consideration is part of a larger study that seeks to expand Pape's visibility as a graphic designer and to understand the artist's work in its entirety.*

**Keywords:** Graphic design. Art. Semiotics. Piraquê. Lygia Pape.

### Resumen

*Alrededor de la década de 1970, Lygia Pape desarrolló una revitalización de la identidad visual de Piraquê, que incluía una nueva marca. La estructura de la representación ha despertado la curiosidad del público, ya que no se muestra claramente su significado, aparte del logo. Con el objetivo de comprender la creación, este estudio exploratorio emprendió un análisis gráfico del dibujo, con la ayuda de elementos semióticos. Para esto, se consideró la trayectoria del artista en el campo del diseño y conceptos de la disciplina necesarios para la evaluación. El análisis destacó el carácter racionalista del signo, las probables referencias utilizadas por él en su concepción y una posible explicación de su significado oculto. La consideración es parte de un estudio más amplio que busca ampliar la visibilidad de Pape como diseñadora gráfica y la comprensión del trabajo del artista en su totalidad.*

**Palabras clave:** Diseño gráfico. Arte. Semiótica. Piraquê. Lygia Pape.

Artigo recebido em: 18/06/2024 | Aprovado em: 11/10/2024 | Publicado em: 11/10/2024

### Como citar:

SOUZA, André Antônio de. Elementos de semiótica na análise gráfica de identidades visuais: a marca da Piraquê desenvolvida por Lygia Pape. **Tríades em Revista**: Transversalidades, Design e Linguagens, Juiz de Fora: UFJF, v. 14, p. 1-11, e44781, 2024. e-ISSN 1984-0071. DOI: <https://doi.org/10.34019/1984-0071.2024.v13.44781>.





## 1 Introdução

Na acepção de Consolo (2015), as marcas são compreendidas como um símbolo, como um logotipo ou como a soma de ambos, um entendimento em que o termo “símbolo” não carrega a dimensão profunda que assume no âmbito da semiótica, designando apenas a parte gráfica da representação, em contrapartida ao logotipo, a sua seção tipográfica, textual.

Atuando como *designer* gráfica, Lygia Carvalho Pape (1927-2004) desenvolveu para a Indústria de Produtos Alimentícios Piraquê uma série de itens que vêm se mostrando notavelmente longevos. Dentre os trabalhos, encontra-se a marca que ela concebeu para a companhia, no domínio de um projeto de revitalização do seu sistema de identidade visual.

A representação da empresa, em uso na atualidade, constitui essencialmente o mesmo desenho, embora tenha sofrido algumas alterações. A conformação se mostra dotada de certo mistério, condição que desperta sobre o signo uma curiosa e constante atenção, dado que contém uma interrogação: afinal, o que é a estrutura composta por duas circunferências e um segmento vertical sobre um quadrado?

A fim de aprimorar a compreensão dessa obra específica da artista, realizou-se uma análise gráfica da representação, com o auxílio de elementos de semiótica, a partir das bases teóricas da disciplina descritas por Lúcia Santaella (2005). Para isso, empreendeu-se uma consideração sobre a atuação de Lygia Pape no âmbito do *Design*, com destaque para a marca da Piraquê, e uma breve seleção de conceitos semióticos necessários para a sua avaliação.

Em sequência às informações desta introdução, a parte “A trajetória de Lygia Pape no campo do *Design* e a marca da Piraquê desenvolvida pela artista” contém informações relativas ao percurso de Pape no campo das Artes, sua iniciação no *Design* e uma caracterização da marca da empresa.

A seção “Elementos de semiótica na análise gráfica de identidades visuais” considera, com base em Santaella (2005), elementos de semiótica essenciais para a avaliação do desenho.

Por sua vez, “Análise gráfica da marca da Piraquê com o auxílio de elementos de semiótica” apresenta a efetiva análise do signo, destacando o seu caráter estético, as prováveis referências empregadas pela artista na concepção da criação e um possível entendimento do sentido “oculto” da estrutura.

Inserido no domínio da Memória Gráfica Brasileira enquanto campo de pesquisa, o artigo tem por objetivo geral compreender essa produção da artista, determinando de que forma ela possivelmente chegou à solução visual adotada e aspectos relativos à sua dimensão semântica. O presente texto integra uma tese de doutoramento, em curso, que visa ampliar a compreensão sobre o trabalho da autora, em sua totalidade, e conferir maior visibilidade à sua atuação como *designer* gráfica.

## 2 A trajetória de Lygia Pape no *Design* e a marca da Piraquê desenvolvida pela artista

O percurso de Lygia Pape é de conhecimento amplo. A artista participou dos movimentos concreto e neoconcreto e, com o tempo, no âmbito da arte



contemporânea, passou a empreender intervenções cada vez mais participativas. Pape apreciava trabalhar com “formas geométricas” e era detentora de uma postura comumente experimental, lançando mão de diversos meios de expressão, como a pintura, a gravura, o cinema, a escultura e instalações, apenas para citar alguns.

Todavia, a sua atuação como *designer* não teve a mesma repercussão, embora a sua entrada no setor tenha ocorrido numa época em que “o crescimento da manufatura, da produção em massa e dos bens de consumo no Brasil” geraram “uma demanda por designers” (Pape, 2022, p. 180), resultando em que inúmeros artistas migrassem para a área. Chico Homem de Melo (2018, p. 34) denomina esses profissionais que passaram a exercer “uma dupla atuação nos campos da arte e do design como ‘artistas-designers’”.

Lygia não costumava destacar a sua atuação no campo. Talvez acreditasse que a autoria não fosse própria da atividade. Além disso, como a sua filha, Paula Pape (2022, p. 180), expõe, exigia-se certo cuidado dos artistas que trabalhavam como *designers*, pois se ficassem muito “envolvidos no negócio [...] o seu papel como artistas podia ser marginalizado” e ela “estava atenta a essa tênue fronteira”.

Nas raras vezes em que se posicionava como profissional da área, Pape usava a expressão “programadora visual”, no entanto, com menos frequência, empregava também o termo “*designer*”: “Cheguei a trabalhar como *designer* para o Cinema Novo” (Puppo, 2012. p. 118). A artista compreendia, evidentemente, as duas expressões como sinônimas.

É possível que os seus primeiros contatos com os princípios da atividade tenham ocorrido no ateliê de Fayga Ostrower (1920-2001). Mais adiante, ela ampliou a compreensão da profissão, num curso de “comunicação Visual, de Tomás Maldonado e Otl Aicher” (Rodrigues, 2017, p. 147).

Atuando no setor, Pape desenvolveu cartazes e letreiros para o Cinema Novo, criou itens de decoração para o Carnaval, marcas e material editorial, mas sua obra de maior vulto no domínio da profissão talvez sejam os artefatos que ela concebeu para a Piraquê: uma nova versão para a representação da companhia, melhoramentos estruturais para as suas embalagens de biscoito e diferentes *layouts* para esses invólucros em função de cada tipo específico do alimento produzido pela empresa.

A artista expôs que trabalhava como *designer* apenas quando “precisava ganhar dinheiro” (Pape, 1998, p. 24) e disse, numa entrevista: “Não estou interessada em fazer um trabalho para a posteridade” (Name, 2001). Curiosamente, entretanto, sua criação para a entidade, passados mais de 30 anos, ainda continua a exercer impacto sobre uma parte do público que cultiva com ela uma relação afetiva, evidenciando que a obra adquiriu certo estado de permanência.

Souza e Cardoso (2023) consideraram possíveis razões para essa condição de preservação e os entrecruzamentos dessa produção com a Arte e com o *Design*. Os pesquisadores levantaram a seguinte pergunta: teria Pape embutido intenções artísticas no trabalho de *design*? Uma resposta precisa exigiria, obviamente, um pronunciamento da própria artista. Entretanto, levando-se em conta o seu perfil experimental, pode-se concluir que ela dificilmente faria uma rígida distinção entre as duas atividades.



De acordo com Paula Pape (2022), Lygia se dedicou ao *design* como uma extensão de seu trabalho como artista e como pessoa. Assim, a consideração da sua produção na área ajuda na compreensão da natureza interdisciplinar do ramo, em detrimento de uma visão oriunda dos anos 1950, em que, no domínio dos processos de afirmação da profissão, se enfatizava a sua separação de outros campos do conhecimento.

Tal posicionamento não encontra sustentação nos dias de hoje, existindo, ademais, desde Victor Papanek (1923-1998), uma noção mais ampla que associa a atividade a inúmeras facetas do fazer.

Conforme mencionado, dentre os diferentes itens que Lygia Pape desenvolveu para a Piraquê está a reformulação de sua marca, por volta dos anos 1970. Foram criadas duas versões, uma horizontal, monocromática, e outra vertical, em cores, usadas “em instâncias diferentes, dependendo do contexto” (Pape, 2022, p. 182). A variante monocromática foi publicada na página 185 do trabalho de Scovino (2021). A colorida pode ser visualizada neste [link](#).

O desenho é fruto de uma estética racionalista que enfatizava a “geometria”, vinculada a uma série de movimentos de cunho modernista, numa época em que uma marca era projetada para durar o máximo possível de tempo, sem que fosse necessário atualizá-la ou substituí-la. Essa intenção de preservação se efetivou na criação. Como exposto, a representação, em uso atualmente, constitui, essencialmente, o mesmo desenho, com poucas alterações. Todavia, as razões para a longevidade do item podem estar relacionadas a aspectos específicos de sua configuração.

À medida que o seu caráter enquanto signo racionalista é facilmente reconhecível, à parte do logotipo, não é possível discernir o que ele denota ou sugere. De acordo com a classificação proposta por Gilberto Strunck (2003), ele se situa, assim, entre os “símbolos abstratos”, cujo significado precisa ser aprendido. A estrutura carrega, portanto, certo clima de mistério, possivelmente atrelado à sua condição de permanência.

### 3 Elementos de semiótica na análise gráfica de identidades visuais

De acordo com Santaella (2005, p. 8), no âmbito da semiótica de Charles Sanders Peirce (1839-1914), o signo é definido como “qualquer coisa [...] que representa uma outra”, “chamada de objeto” e “que produz um efeito interpretativo em uma mente real ou potencial”, denominado “interpretante”. Para o teórico, “todas as coisas podem funcionar como signos” (Santaella, 2005, p. 33) e o que determina “signo, objeto e interpretante [...] é a posição lógica que cada um desses três elementos ocupa no processo representativo” (Santaella, 2005, p. 8).

As marcas costumam figurar entre os mais destacados itens de um sistema de identidade visual. Assim, como Lima e Carvalho (2012) esclarecem, na medida em que essas criações são desenvolvidas exatamente para representar determinadas entidades ou produtos, elas também se configuram como signos.

Por variadas razões, os elementos de um sistema de identidade visual são, com certa frequência, submetidos a análises de natureza gráfica. A realização dessa tarefa com subsídios de um processo de decomposição sígnica tem o potencial de aprimorá-la, uma vez que essa aplicação da disciplina permite compreender “a



natureza e [...] os poderes de referência dos signos”, “que informação transmitem”, “como funcionam” e que “efeitos são capazes de provocar no receptor” (Santaella, 2005, p. 4).

Santaella (2005, p. 6) enfatiza, no entanto, que esta aplicação não se mostra simples. A iniciativa “reclama pelo diálogo com teorias mais específicas dos processos dos signos que estão sendo examinados”, o que significa que, sem a apreensão do contexto cultural do signo em questão, “não se pode detectar as marcas que [...] deixa na mensagem”. Assim, para uma análise de filmes necessita-se de conhecimentos acerca das teorias do cinema, ao passo que a avaliação de pinturas requer informações sobre a história da arte, e assim por diante.

A pesquisadora pontua que “não há receitas prontas” para uma análise dessa natureza. Ela salienta, contudo, a existência de conceitos que auxiliam a sua possível aplicação, embora quais devam “ser acionados e quão longe se vai no uso deles é algo a ser decidido”, em função das “exigências daquilo que está sendo analisado”. Dessa forma, “algumas análises seguem” um “roteiro com certa precisão”, ao passo que “outras fazem um uso mais livre dos conceitos” (Santaella, 2005, p. 43).

A estudiosa defende que quem se propõe a empreender esse tipo de avaliação deve “dar aos signos o tempo que eles precisam para se mostrarem” (Santaella, 2005, p. 30) e ter paciência “para ouvir o que eles têm a dizer” (Santaella, 2005, p. 43), “sem a pressa das interpretações já prontas” (Santaella, 2005, p. 30). Destaca, ainda, a importância da compreensão das bases teóricas para a correta realização da análise, tendo em vista os propósitos e objetivos a serem atingidos.

Segue-se, portanto, uma breve seleção de elementos da semiótica expostos pela autora, que serviram de auxílio na análise empreendida neste estudo, em adição aos que já foram apresentados.

De acordo com Santaella (2005, p. 7), para Peirce “há três, e não mais que três elementos formais e universais em todos os fenômenos que se apresentam à percepção e à mente”. Tais instâncias foram chamadas pelo teórico de primeiridade, secundidade e terceiridade.

A “primeiridade aparece em tudo que estiver relacionado com acaso, possibilidade, qualidade, sentimento, originalidade, liberdade, mônada”, enquanto a “secundidade está ligada às ideias de dependência, determinação, dualidade, ação e reação, aqui e agora, conflito, surpresa, dúvida”. A “terceiridade”, por fim, “diz respeito à generalidade, continuidade, crescimento” e “inteligência” (Santaella, 2005, p. 7).

Santaella descreve os “signos de terceiridade” como “genuínos” e menciona os quase-signos “de secundidade e de primeiridade” (Santaella, 2005, p. 10), “imprecisos, vagamente determinados, manifestando ambiguidade e incerteza” (Santaella, 2005, p. 11).

Discorre a autora que a seção da semiótica conhecida como gramática especulativa “é uma ciência geral dos signos” que contém “os elementos que permitem descrever, analisar e avaliar todo e qualquer processo existente de signos verbais, não-verbais e naturais: fala, escrita, gestos, sons, comunicação dos animais, imagens fixas e em movimento, audiovisual, hipermídia etc.” (Santaella, 2005, p. 4). É nela que se encontram as definições e as classificações necessárias



para essa tarefa, englobando três aspectos: a significação, a objetificação e a interpretação.

No domínio da significação, examina-se a “relação do signo consigo mesmo”, ou seja, a “natureza do seu fundamento, ou daquilo que lhe dá capacidade para funcionar como tal”, que “pode ser sua qualidade, sua existência concreta ou seu caráter de lei” (Santaella, 2005, p. 10).

Quando uma qualidade funciona como signo, ela é chamada de quali-signo, ou seja, “uma qualidade que é um signo”. Nesse caso, é o seu “poder de sugestão que [...] lhe dá capacidade para funcionar como signo” (Santaella, 2005, p. 12). Quando a sua “propriedade de existir [...] dá ao que existe o poder de funcionar como signo”, é chamada de sin-signo, “onde ‘sin’ quer dizer singular”. Os “existentes apontam [...] para uma série de direções” e cada uma dessas direções constitui “uma de suas possíveis referências”. Eles “agem como uma parte daquilo para o qual apontam” (Santaella, 2005, p. 13).

Quando algo é estabelecido como signo através do “seu caráter de lei”, recebe o nome de legi-signo. Santaella (2005, p. 13) lembra que a lei é uma abstração operativa, cuja ação é “fazer com que o singular se conforme”. Para isso, “a lei que lhe dá fundamento tem de estar internalizada na mente de quem o interpreta” (Santaella, 2005, p. 25).

O campo da objetificação trata da relação do signo com o seu objeto, “aquilo que determina o signo e que é, ao mesmo tempo, aquilo que o signo representa e ao qual se aplica, e que pode ser tomado em sentido genérico como o contexto do signo” (Santaella, 2005, p. 10). Nele se examina a sua “capacidade referencial”, buscando-se respostas para as seguintes perguntas: “A que o signo se refere? A que ele se aplica? O que ele denota? O que ele representa?” (Santaella, 2005, p. 34).

Quando o fundamento de um signo for um quali-signo, em sua relação com o objeto, ele será um ícone. Quando for um existente, será um índice e quando for uma lei, será um símbolo. Cabe lembrar, conforme a autora coloca, que nenhum “signo pertence exclusivamente a um tipo apenas” dessas categorias. “Iconicidade, indexalidade e simbolicidade são aspectos presentes em todo e qualquer processo sígnico. O que há, na realidade, é a preponderância de um desses aspectos sobre os outros” (Santaella, 2005, p. 42).

A fim de nos ajudar a compreender melhor as relações do fundamento do signo com o seu objeto, Peirce estabeleceu a distinção do objeto dinâmico e do objeto imediato. Enquanto o dinâmico constitui o objeto no seu todo, o imediato é um recorte, “o modo pelo qual aquilo que o signo representa está, de alguma maneira e em uma certa medida, presente no próprio signo” (Santaella, 2005, p. 34).

No âmbito da interpretação, consideram-se os efeitos que o signo produz “sobre o intérprete, individual ou coletivo” (Santaella, 2005, p. 10). Peirce também dividiu o interpretante em três instâncias: o representante imediato, o interpretante dinâmico e o interpretante final.

O interpretante imediato é o “potencial interpretativo do signo”, ou seja, o potencial “de sua interpretatividade ainda no nível abstrato, antes” de “encontrar um intérprete qualquer em que [...] se efetive”, enquanto o interpretante dinâmico





“é o efeito que o signo efetivamente produz em um intérprete” (Santaella, 2005, p. 24).

O interpretante final “se refere ao resultado interpretativo a que todo intérprete estaria destinado a chegar se os interpretantes dinâmicos do signo fossem levados até o seu limite último”. Como isso não é possível, “o interpretante final é um limite pensável, mas nunca inteiramente atingível” (Santaella, 2005, p. 26).

#### 4 Análise gráfica da marca da Piraquê com o auxílio de elementos de semiótica

Considerando a versão colorida da marca da Piraquê disponibilizada no seguinte [link](#), anteriormente referido, cuja estrutura corresponde à variante monocromática do signo publicada na página 185 do texto de Scovino (2021), pode-se depreender que o desenho é composto por um segmento e duas circunferências, uma maior e outra menor, passando pelo seu centro.

Na versão colorida do signo, as circunferências se transformam em círculos verdes de contornos brancos, posicionados no interior de um quadrado vermelho, que comporta, também em branco, a seção tipográfica da estrutura, “piraquê”, em caixa baixa e sem serifa.

O desenho, caracterizado por uma valorização da “geometria”, que era muito apreciada por Pape, foi desenvolvido “a partir de conceitos da Gestalt e outras fontes” (Pape, 2022, p. 181). Ademais, uma vez que “a coisa projetada reflete a visão de mundo, a consciência do projetista e, portanto, da sociedade e da cultura às quais o projetista pertence” (Cardoso, 1998, p.37), seu aspecto pode ser considerado uma expressão da mencionada estética racionalista, em voga naquele momento, numa época em que essas representações eram concebidas para serem duradouras. O uso de tipografia sem serifa e em caixa baixa chama a atenção de maneira especial, refletindo, possivelmente, uma tendência típica do movimento Nova Tipografia.

No que tange ao seu fundamento, o signo é reconhecido enquanto representação da empresa por “uma lei ou convenção”, sobretudo pela expressão “piraquê”, sua parte textual simbólica, designando o nome da corporação. Neste respeito, a estrutura se situa como um legi-signo simbólico. Ela também possui, entretanto, um secundário caráter de quali-signo icônico, definido pelas suas cores vermelho e verde e pelas formas geométricas que podem ser associadas à corporação, ainda que indiretamente, conforme se verá mais adiante.

Em relação ao objeto do signo, é suficiente, para esta análise, enfatizar o seu objeto dinâmico, que constitui, evidentemente, todos os aspectos que definem a Piraquê como uma indústria de alimentos do ramo de massas, não havendo necessidade de mais considerações sobre essa dimensão.

No âmbito interpretativo, em termos de seu representante imediato, ou seja, de seu potencial interpretativo, suas formas geométricas específicas, quadrado e circunferência, têm um breve potencial de serem associadas a “biscoitos”, uma vez que esses formatos são comuns nesse tipo de alimento e, daí, por extensão, à própria Piraquê, uma de suas fabricantes. Adicionalmente, dado o seu caráter racionalista, justamente pela presença destas conformações “geométricas”, o signo é dotado do potencial de ser reconhecido como um



exemplar da estética e, de fato, como representação da Piraquê, haja vista a força da sua seção textual simbólica.

No que diz respeito ao interpretante dinâmico da representação, isto é, ao efeito que o signo efetivamente produz em um intérprete, seus destinatários evidentemente realizam a leitura da parte textual e a conectam à familiar empresa de alimentos. Alguns deles são dotados de um repertório que lhes permite vincular suas cores vermelho e verde à Itália, país que se posiciona como grande referência no preparo e no consumo de massas, e, por extensão, à própria Piraquê, que também atua no setor. Curiosamente, entretanto, Paula Pape explica que essa “seleção de cores”, realizada pela artista na concepção da criação, “não pretendia ser uma referência direta a nada” (Pape, 2022, p. 182).

Quanto aos demais componentes do signo, é possível que a maioria do público compreenda seus elementos e até algumas de suas relações, mas o processo interpretativo parece estacionar nesse momento de secundidade. Sabe-se, por uma convenção, reforçada pelo logotipo, que o desenho representa a Piraquê, mas o que denota a estrutura formada por um segmento vertical e duas circunferências sobre um quadrado? Não há, para essa pergunta, uma resposta definitiva, dado que isso exigiria um pronunciamento da própria artista.

Assim, conforme Souza e Cardoso (2023) pontuam, o signo carrega uma interrogação, instigando seus destinatários à reflexão, numa busca constante pela sua compreensão. Uma vez que não proporciona uma plena experiência signífica de terceiridade, a marca parece se comportar como o quase-signo referido por Santaella (2005).

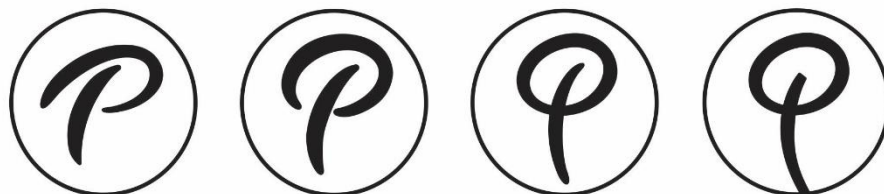
Na opinião de Daniela Name (2008, p. 34), a composição alude à ideia de “uma letra “P” formada a partir de uma linha vertical e uma esfera, envolvidas por uma esfera maior”. A Piraquê já havia realizado, ao longo dos anos, sucessivas atualizações da representação. A versão de Pape, era, portanto, mais uma dessas intervenções. Souza e Cardoso (2023) sugerem que a artista possivelmente recorreu a alguns elementos presentes em duas versões anteriores: a cor vermelha, a forma geométrica do quadrado, as circunferências e o tradicional “P”, inicial de Piraquê. Veja-se uma dessas variantes no seguinte [link](#). Este outro [link](#) subsequente, permite visualizar a segunda conformação.

É possível que Pape tenha criado a marca a partir da fusão desses dois desenhos. Desconsiderando maiores detalhes dos signos, eles têm como ponto de destaque o “P” central, o emprego de circunferências e o quadrado. A figura 1 apresenta uma hipótese de como a letra “P” da primeira representação, em estilo decorativo, pode ter dado origem à versão da artista, que não alude diretamente à letra, dado que não lhe é perfeitamente semelhante, como numa transformação. Para fechar a composição, restaria apenas continuar o ajuste da estrutura e adotar o quadrado vermelho com o logotipo, a cor verde e as linhas brancas.





**Figura 1:** Possível origem do símbolo desenvolvido por Lygia Pape a partir da transformação do “P” tradicional, representativo da empresa.



Fonte: do autor, 2024.

Lygia Pape desenvolveu a revitalização da identidade visual da Piraquê com extrema dedicação. A referida condição misteriosa e imprecisa do signo pode ter sido estabelecida de modo intencional, uma estratégia gráfica de comunicação da qual ela lançou mão, conferindo certa potência e destaque permanente à criação.

A obra revela a genialidade da artista atuando como *designer* gráfica, que, em determinada ocasião, comentou: “Eu gosto de ambiguidade. Não gosto da arte fechada em si mesma [...]. À medida que crio uma ambiguidade, estou permitindo a você também participar do trabalho à sua maneira e não de uma única que eu determinaria” (Sobral, 2004, p. 137).

## 5 Considerações finais

Este artigo empreendeu uma análise gráfica exploratória da marca da Piraquê, desenvolvida por Lygia Pape, com o auxílio de elementos de semiótica. Para isso, foram considerados alguns conceitos do campo a partir da obra de Santaella (2005) bem como a trajetória da referida artista no campo do *Design*. A avaliação indicou algumas das referências empregadas por Pape na concepção do signo e uma possível explicação para a estrutura que, ao longo dos anos, vem chamando a atenção de uma parcela expressiva do público e que pode estar relacionada à potência e à permanência da criação.

Vinculada à Memória Gráfica Brasileira enquanto campo de pesquisa, esta consideração faz parte de um trabalho maior que visa ampliar a visibilidade de Lygia Pape como *designer* gráfica e a compreensão da produção da artista, em sua totalidade.

## Referências

CARDOSO, Rafael. *Design*, cultura material e o fetichismo dos objetos. **Revista Arcos**, Rio de Janeiro, v. 1, número único, outubro de 1998. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/arcosdesign/issue/view/3158/572>. Acesso em: 05 jun. 2024.

CONSOLO, Cecília. **Marcas: design** estratégico. Do símbolo à gestão da identidade corporativa. São Paulo: Blucher, 2015.

LIMA, Gustavo Barbieri; CARVALHO, Dirceu Tornavoi de. Análise semiótica aplicada às marcas. **Revista Eletrônica de Administração**, Franca, v. 11, n. 2, jul-dez. 2012. Disponível em: <http://periodicos.unifacef.com.br/rea/article/view/501/476>. Acesso em: 05 jun. 2024.

MELO, Chico Homem de. **O design gráfico brasileiro**: anos 60. São Paulo: SESI-SP, 2018.



NAME, Daniela. **Diálogo Concreto: Design e Construtivismo no Brasil**. Rio de Janeiro: Caixa Cultural, 2008. Disponível em: <https://issuu.com/daniname/docs/catalogodialogo>. Acesso em: 05 jun. 2024.

NAME, Daniela. 'Estou em busca do poema': entrevista com Lygia Pape por Daniela Name. **Jornal O Globo**, Rio de Janeiro, 13 dez. 2001. Segundo Caderno. Disponível em: <https://www.canalcontemporaneo.art.br/brasa/archives/006360.html>. Acesso em: 05 jun. 2024.

PAPE, Lygia. **Lygia Pape: Entrevista a Lúcia Carneiro e Ileana Pradilha**. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1998.

PAPE, Paula. Form and Creation. In: GAENSHEIMER, Susanne; MALZ, Isabelle. (ed.). **Lygia Pape: The Skin of All**. Düsseldorf: Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen, 2022. p. 179-191.

PUPPO, Eugênio. **Cinema Marginal Brasileiro e suas Fronteiras**. Rio de Janeiro: Heco Produções, 2012.

RODRIGUES, Viviane Merlino. **Caminhos transversais: análise da Tese de Doutorado de Décio Pignatari e da Dissertação de Mestrado de Lygia Pape**. 2017. Tese (Doutorado em Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/33752/33752.PDF>. Acesso em: 05 jun. 2024.

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

SCOVINO, Felipe. O papel social do artista: um sobrevoo nas práticas de pape cordeiro e barros. In: DEBBANE, Livia (org). **Boa forma Gute form: Design no Brasil 1947-1968**. São Paulo: Art Consulting Tool, 2021.

SOBRAL, Divino. Lygia Pape: tudo o homem devora. **Visualidades**, Goiânia, v. 2, n. 2, p. 128-138, jan-jul. 2004. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/VISUAL/article/view/40030/20444>. Acesso em: 5 jun. 2024.

SOUZA, André Antônio de; CARDOSO, André Luiz Carvalho. Lygia Pape na Piraquê: Reflexões acerca da Produção Visual da Artista na Companhia. In: COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTE: ARTE, DESIGN, (RE)INVENÇÃO POLÍTICA E TRANSFORMAÇÃO. **Anais [...]**. Fortaleza: UFC, 2023. Disponível em: <https://even3.blob.core.windows.net/processos/a041a3520fef44548280.pdf>. Acesso em: 5 jun. 2024.

STRUNCK, Gilberto. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores**. Rio de Janeiro: Rio Books, 2003.

## Informações complementares

### Financiamento

Não se aplica.

### Contribuição de autoria

**Concepção e elaboração do manuscrito:** André Antônio de Souza.

**Coleta de dados:** André Antônio de Souza.

**Análise de dados:** André Antônio de Souza.

**Discussão dos resultados:** André Antônio de Souza.

**Revisão e aprovação:** André Antônio de Souza.

### Preprint, originalidade e ineditismo

O artigo é original, inédito e não foi depositado como *preprint* (Caso o artigo não tenha disso publicado anteriormente).

**Verificação de similaridades**

O artigo foi submetido ao iThenticate e obteve um índice de similaridade compatível com a política antiplágio da Tríades em Revista.

**Consentimento de uso de imagem**

Não se aplica.

**Aprovação de Comitê de Ética em Pesquisa**

Não se aplica.

**Conflito de interesse**

Não há conflitos de interesse.

**Conjunto de dados de pesquisa**

Não há dados disponibilizados.

**Utilização de ferramentas de inteligência artificial (IA)**

Este artigo não contou com auxílio de ferramentas de inteligência artificial (IA) para redação de nenhuma das seções.

**Licença de uso**

Os autores cedem à Tríades em Revista: Transversalidades, Design e Linguagens os direitos exclusivos de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a [Licença Creative Commons Attribution \(CC BY\) 4.0 International](#). Esta licença permite que terceiros remixem, adaptem e criem a partir do trabalho publicado, atribuindo o devido crédito de autoria e publicação inicial neste periódico. Os autores têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não exclusiva da versão do trabalho publicada neste periódico (ex.: publicar em repositório institucional, em site pessoal, publicar uma tradução, ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial neste periódico.

**Publisher**

Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAU). Publicação no Portal de Periódicos da UFJF. As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade de seus autores, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

**Editores**

Frederico Braidá; Vera Lúcia Nojima.

**Formato de avaliação por pares**

Revisão duplamente cega (*Double blind peer review*).

**Sobre os autores****André Antônio de Souza**

Graduado em Desenho Industrial (UGF). Graduado em Licenciatura em Desenho (ISERJ). Especialista em Técnicas de Representação Gráfica (UFRJ). Mestre em Design (UFRJ). Doutorando em Design (UERJ). Professor Assistente do Departamento de Matemática e Desenho, do Instituto de Aplicação Fernando Rodrigues da Silveira (CAp-UERJ), Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7598448601389817>