

1

Um Tema Vulgar a Caminho de Casa: Do Preâmbulo

Pero también está ocurriendo que las fachadas de los edificios han perdido su condición de limite entre lo íntimo e la tierra de nadie.

Quintana Creus 1998, 7

Em 1998 a Secretaria de Planejamento de Salvador, Bahia contratou uma equipe de designers, arquitetos e urbanistas para realizar um trabalho ambicioso, o Projeto de Despoluição Visual da Cidade do Salvador. Seu objetivo imediato era a reformulação da chamada Lei de Publicidade que regulamenta o uso de mídia externa nos locais públicos ou visíveis ao público.

Logo de início, o projeto se configurou como um trabalho mais amplo para a equipe liderada pelo arquiteto e designer Antonio Carlos Barreto Salles a partir da orientação do próprio Secretário Municipal Manoel Lorenzo, ele também arquiteto e urbanista: aproveitar o que seria uma simples atualização de normas burocráticas para se constituir numa análise mais aprofundada das transformações ocorridas no espaço público da cidade na década que o precedeu, o notável avanço e as implicações da tecnologia no tocante à mídia externa, a evolução da publicidade e do design brasileiro e a forma como os usos dessa mídia deveriam ser inseridos na lei.

Foram abordados os aspectos relativos à veiculação de engenhos de identificação e promoção nos logradouros públicos e em locais expostos ao público, passando pelos formatos rotineiros de letreiros, totens, faixas e placas. Demorou-se no equacionamento da forma que melhor orientasse quanto ao uso, função e distribuição dos outdoors e que mais contribuísse para a cidade e informasse o cidadão sem prejuízo para o investidor. Assim foram definidos, com razoável segurança, os locais vocacionáveis e a quantidade adequada para a implantação desses engenhos na cidade.

Promulgada a nova legislação em setembro de 1999, a revista Meio e Mensagem, em pesquisa realizada em 2000, sobre qual a melhor cidade brasileira para uso de outdoor, publicou:

Salvador é a melhor cidade do país para se colar um outdoor. A opinião unânime tem ligação direta com a topografia da cidade, que favorece a visibilidade das peças, a maioria colocada a em lugares altos (morros) pode ser vista a grandes distâncias. Mas deve-se **considerar também a valorização dos espaços, pois as placas são distribuídas de forma harmônica e obedecem a distâncias regulamentadas. Em Salvador, a nova legislação de mídia exterior promulgada em setembro de 1999 é respeitada.** As restrições são muitas e garantem a qualidade visual da cidade. Em determinadas zonas da cidade baixa e na orla os outdoors são proibidos. E não existe mais do que três placas coladas lado a lado, (revista m&m especial 2000, p.2).

...Falando em pesquisa, Sônia Mara, mídia da Pejota Propaganda, conta que Salvador foi eleita a melhor praça de aceitação e de recall de outdoors. “A repercussão é fantástica. Com bem menos, cobrimos toda a cidade. Estrategicamente bem colocados 50 cartazes são mais que suficientes. Para o pequeno anunciante, 10 a 20 já está bom”, garante. Ela acredita que “o cuidado para não poluição visual garante grande parte dessa eficácia”.(id, idem).

Um dos últimos elementos abordados no projeto, os painéis nas empenas cegas laterais dos prédios, não receberam à época a importância devida. A equipe considerou-os como painéis artísticos com uma assinatura de patrocínio ou apoio. Mantinha-se assim o mesmo conceito das legislações anteriores, mal divisando a avassaladora tecnologia que se iniciava já nos birôs de impressão e o uso de adesivos e lonas fotoquimicamente sensibilizados que permitiriam, poucos anos depois, impressos de grandes formatos com alta definição, sem limites para seu dimensionamento.

O artifício da criação de uma comissão especial de análise, classificando as empenas como projetos especiais, não evitaram a surpresa do atropelo pelo desenvolvimento acelerado dessa tecnologia.

Assoberbada pelo excesso de casos especiais, a comissão procurou inicialmente impedir a colocação desses engenhos, mas, vem tendo a cada dia mais e mais dificuldades em decidir sobre os casos que há muito deixaram de ser especiais para serem corriqueiros.

Com a evolução e o barateamento no uso desses painéis, a simples aplicação da lei, que previa instalação de painéis artísticos assinados comercialmente, passou a não atender às solicitações do mercado. E, nesses casos, frente à reduzida margem de manobra e à perplexidade dos seus fiscais, a tendência é a interferência das autoridades superiores e recomendações de caráter político.

A partir do convite recebido pelo pesquisador para lecionar Sinalização e Ambientação Gráfica, a questão dos Painéis de Empena se impôs na escolha do tema para a dissertação de mestrado. Numa abordagem acadêmica geradora de conhecimento de forma integrada entre o design, a arquitetura e o urbanismo.

A intenção foi, assim, procurar estender as considerações mais além do aspecto mercantilista que tem decidido unilateralmente sua forma de uso, para discutir aspectos de interferência no acabamento dos prédios, na leitura da volumetria da cidade e na importância de um novo suporte como meio transmissor de uma mensagem.

Num primeiro momento, a proposta pode parecer quixotesca possibilitando um entendimento equivocado, tanto da parte do próprio pesquisador como de quem o interprete, sobre os objetivos da dissertação.

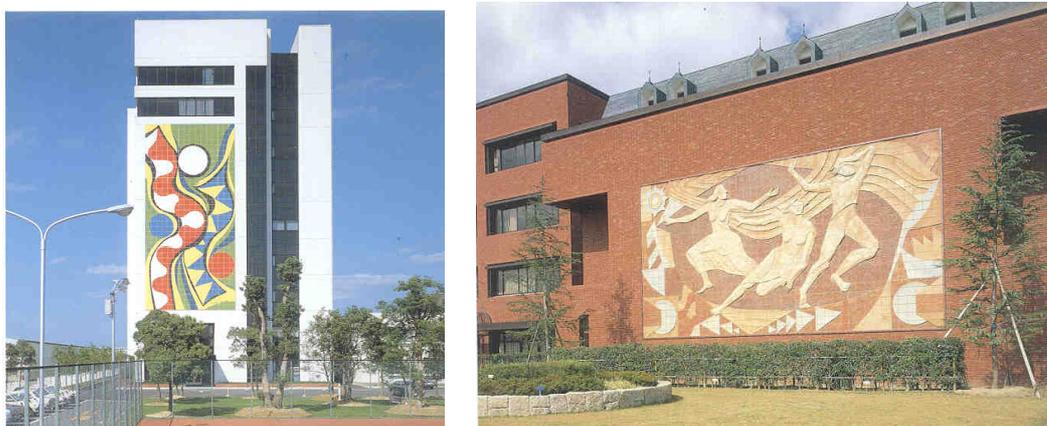


Figura 1 – Painéis inseridos na arquitetura e no urbano. Otsuka Pharmaceutical Outer Wall “Lively Life” e Amagasaki Welfare Center “Flight mural”, Japão.

É, no entanto, forçoso reafirmar que o objetivo da escolha do tema, ainda que com alguma pretensão, é a pesquisa e a reincorporação das preocupações no uso dos painéis ao universo das matérias do urbanismo, da arquitetura e do design pelo viés acadêmico, procurando dar forma menos comercial e mais ideológica ao processo de entendimento do uso das empenas, entendendo-se

que os painéis nelas inseridos, ao tempo em que têm a função de informação, fazem também parte da arquitetura e da cidade (figura 1) e são produto de um projeto de design seja ele de qualidade ou não.