

Sob os Refletores do Pensamento: Da Abrangência.

Para enfoque e praticidade da pesquisa, delimitou-se a área da cidade do Rio na qual foi observada maior incidência no uso de painéis de empena.

Assim a concretização da pesquisa é definida pelos painéis situados na área de abrangência que vai da Gávea na zona sul, num trajeto que passa por Ipanema e Copacabana, vindo pela Lagoa no sentido do túnel Rebouças e, em seguida, pelo elevado Paulo de Frontin até São Cristóvão, na zona norte, donde retorna pela Av. Brasil ao Centro, passando, em seguida pelo Flamengo, Botafogo, Jardim Botânico e retornando para a Gávea.

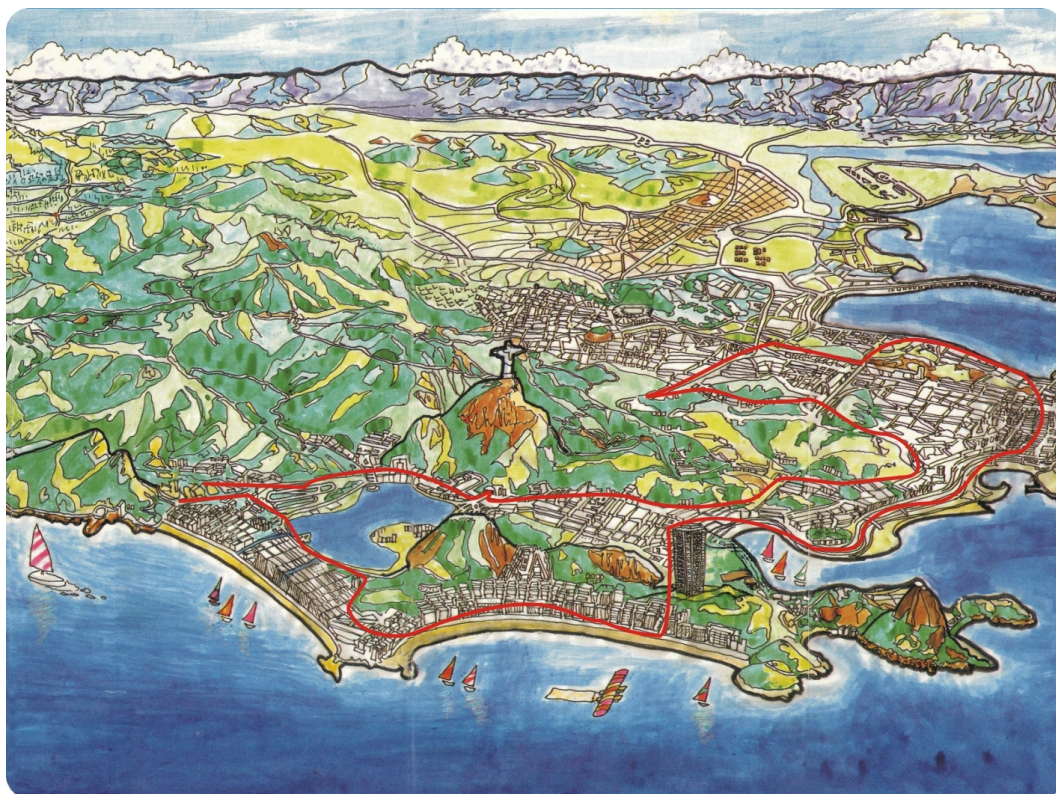


Figura 12 – Delineamento da área abrangida

Como já foi dito no capítulo 1, o tema foi escolhido em decorrência direta da participação do pesquisador em dois significativos projetos de despoluição visual relativos às cidades de Salvador e Vitória.

A delimitação da área de abrangência da pesquisa, no Rio, se deveu à maior incidência de uso dos painéis na ocasião. Tendo início em 2005, foi feito um levantamento fotográfico que, ao longo do período até janeiro de 2007, se modificou razoavelmente com exclusão de vários painéis, sobretudo ao longo da Av. Paulo de Frontin, levando a atualização periódica nos dados da pesquisa.

No entanto, a tendência verificada no final de 2006, parece que em decorrência do uso destacado da fachada da sede da Coca-Cola na Praia de Botafogo, abordado no capítulo 5, a seguir, tem sido a de liberação de fachadas, e não somente empenas, para uso de painéis em telas, agora perfuradas como as utilizadas em veículos e no metrô. O exemplo recente mais eloqüente é o do Edifício conhecido como “Balança mais não cai”, na Praça Onze.

Assim, o que, na retirada de painéis da Avenida Paulo de Frontin, pareceu ser o maior controle na concessão de licenças para colocação dos painéis de empena, vem, paulatinamente, delineando-se como uma liberação não apenas questionável à luz da lei, mas certamente envolvendo maiores interesses.

Outro aspecto intrigante é o fato de ser o citado precedente um prédio residencial e, sobretudo, de moradores de baixa renda, levando-se à previsão de uma corrida na aquisição de licenças para colocação de painéis em moradias de pessoas mais necessitadas, num autêntico “bolsa painel” com o aval do estado.(ver Figura 25).

Na linha metodológica, foram eleitos seis tópicos que balizam a pesquisa ao procurar registros e observações concernentes ao tema: poluição visual, evolução tecnológica, perplexidade dos legisladores, interdisciplinaridade, design de informação e conflito de interesses.

Posto que não se manifestem isoladamente, mas se confundem uns como causa, outros como efeito, foram abordados também de forma interligada e mesmo interdependente, mas sempre sob a visão do usuário, inserção na cidade, e a superposição da mensagem no edifício.

Para o referencial teórico foi buscado um enfoque de pesquisa com o máximo de abertura na tentativa de abranger o quanto possível do leque de opiniões, fossem elas de caráter conceitual ou pragmático. Ainda que os autores mais citados estejam, na sua maioria, classificados nas disciplinas consideradas como interfaces na área relativa ao tema, a pesquisa não se restringiu

exclusivamente a eles, perscrutou outras áreas donde foram garimpados opiniões e pareceres que muito ampliaram o espectro para o entendimento da questão com um olhar, mais além de simples questiúncula de divisas de terrenos, para alcançar um distanciamento que permitisse panorama mais condoreiro e horizontes mais generosos para o pensamento e a compreensão do estar do ser no mundo.

O Design deve ser entendido não apenas como uma atividade de dar forma a objetos, mas como um tecido que enreda o designer, o usuário, o desejo, a forma, o modo de ser e estar no mundo de cada um de nós. (Couto e Oliveira 1999, p.9).

Para tanto foram definidas duas fontes lineares, uma delas mais correlata com o conceito da informação em si mesma, quanto à emissão e recepção e aos aspectos relativos à ética e ao marketing, na busca do entendimento de como esses tópicos podem influir no comportamento do cidadão. A outra relativa ao envolvimento e às participações ou influências decorrentes do entendimento da interface entre design, arquitetura e urbanismo.

Chegou-se ao objetivo geral em consequência das hipóteses formuladas e da proposição de formas de participação interativa do design urbano, arquitetônico, gráfico e de informação no projeto dos painéis inseridos nas empenas das edificações, no intuito de garantir que os ambientes da cidade sejam considerados de importância especial, na escala urbana de dimensão, tempo e complexidade.

Objetivamente, foram apontados os seguintes pontos:

- **Revisão de conceitos que permitam o reconhecimento dos limites estabelecidos pela lei entre o público e o privado, relativos à recepção dos painéis de empena pelo cidadão;**
- **Reclassificação das empenas com base na sua localização, de forma a garantir adequação de uso e respeito aos limites e à ética;**
- **Explicitação das competências e atuação interativa entre o urbanista, o arquiteto e o designer na conceituação e elaboração dos projetos dos painéis de empena, atendendo a uma solicitação de um cliente;**

- **A avaliação dos painéis de empena do ponto de vista do design pela análise de como são criados, produzidos e instalados quanto à emissão e a recepção e a forma.**
- **Averiguação das possibilidades de parceria entre o poder público, profissionais da área e condomínios nas decisões relativas à aplicação de painéis de empena na cidade com harmonia entre seus interesses e os propósitos mercantis do anunciante.**

Pretende-se que as referências e considerações analíticas apresentadas, sobre o tema dos painéis de empena dos prédios das médias e grandes cidades, possam levar à idéia de que esses elementos melhor sejam avaliados, sem desconsiderar o aspecto mercantilista para, inseridos no âmbito do urbanismo, da arquitetura e do design, incluir a participação dos profissionais dessas áreas na sua projeção, numa interpretação da utilidade deles no atendimento às necessidades de comunicação da população urbana e, no dizer de Moles (1969, p.15), da “imagem na sociedade urbana, um *componente estético* de nosso ambiente”. Ou ainda, a partir dos processos de representação e de percepção do espaço moderno a partir dos dois enfoques de Ferrara (2002, p.101), “o hábito de ver e a experiência de ver”.

Imagina-se, portanto, que, o ambiente questionador e reflexivo propicie indagações e avaliações, podendo de alguma forma induzir ao melhor entendimento do tema do ponto de vista do design.

Buscaram-se contribuições relativamente ao tema, ampliando as possibilidades de seu alcance, sem perder a consciência de que seja um tema contemporâneo e resultado da cultura urbana atual, com uso de tecnologia “do nosso tempo”, mesmo que, ao longo do processo, os percursos retrocedam no tempo e a tecnologia manipulada em muitos trechos seja o sentimento.

Dois questionários foram preparados e aplicados. (Ver anexos).

O primeiro dirigido à população em geral com o objetivo de buscar informações quanto à percepção direta do transeunte, questionando sobre:

- **Como os painéis são percebidos pelo cidadão?**
- **Como a mensagem é recebida pelo transeunte?**
- **As informações são úteis e utilizadas pelo usuário?**
- **Como o observador avalia os painéis;**

E o segundo apresentado a profissionais e dirigentes cujas atividades são relacionadas com o tema, conforme os tópicos:

- Urbanistas e a leitura da cidade
- Arquitetos e a integridade do projeto
- Designers o objeto e a informação
- Legisladores e as licenças
- Iphan e o patrimônio
- Empresas e o negócio

As questões foram apresentadas em um questionário que abordava os seguintes pontos:

- as interfaces das disciplinas do urbanismo, da arquitetura e do design na produção de painéis em empenas cegas dos edifícios do Rio de Janeiro e o conflito entre o público e o privado no uso desses painéis.
- o fato de grande parte de o público entrevistado ter declarado sua preferência pelos os painéis à “parede cinza e feia”.
- a Lei 758/85 Art 1 que estabelece: que e a veiculação e definição dos painéis seja responsabilidade das empresas exploradoras das empenas. (Curvelano Jr. 1997, p.298)
- a afirmação de Venturi de que *“a justaposição de elementos destrambelhados (honky-tonky) expressa intrigante espécie de vitalidade e validade”*, sendo que, para ele a arquitetura seria um *sign*, (painel), suporte de letreiros.
- a possibilidade de uma revisão para conceitos que permitam o reconhecimento dos limites estabelecidos pela lei entre o publico e o privado, relativamente à recepção dos painéis de empena pelo cidadão?

- A classificação dos painéis de empena pela Lei 1.921 /92 quanto ao local, em imóveis edificados, em construção, não edificados e em logradouros e áreas públicas e sua garantia de respeito aos limites entre o público e o privado. o espaço público contemporâneo e as forças e interesses em um mundo regido pelos meios de comunicação. (Curvelano Jr. 1997, p. 313-314)
- a parceria entre o poder público, profissionais da área e condomínios nas decisões relativas à aplicação de painéis de empena na cidade.

Consideramos que o objetivo desta monografia é, ainda, uma tentativa de estabelecer paralelos, sobretudo no que tange à linguagem do ser no mundo e, - parafraseando a professora Flávia Eyler no seminário especial eletivo de História Cultural: “Literaturas de Viagem: percurso de sentidos e sentimentos na produção de identidades” -, “o ser no mundo pode fazer de tudo e é esse fazer que estabelece o movimento que o faz se apropriar desse mundo”. (Figura13)



Figura 13 – “O ser no mundo pode fazer de tudo...”

O termo "mundo" tem pois, o significado que todos entendemos ao dizermos de um recém-nascido que veio ao mundo. Para mim, o mundo é o conjunto de referências desvendadas por todo tipo de texto, descritivo ou poético, que li, compreendi e amei. E compreender um texto é interpolar entre os predicados da nossa situação todas as significações que constituem uma Welt (universo) a partir de nossa Umwelt (mundo ambiente). (Ricouer 1987,p.49).

As cidades de médio e grande porte estão sendo, em todo o mundo, tomadas por painéis de grandes dimensões. Eles invadem o espaço urbano e se instalam nas empenas laterais cegas dos prédios mais altos. Expõem-se ao aberto. Insinuem-se por entre os volumes construídos, imiscuem-se pelos becos até alcançar, mais além dos motoristas e pedestres na rua, os próprios moradores no âmago de suas casas.

Benjamin Singer, abordando as questões de modernidade, hipersensibilidade e o início do sensacionalismo popular decorrentes fundamentalmente das significativas evoluções nos meios de transporte do início do século XX, afirma:

A modernidade implicou um mundo fenomenal – especialmente urbano – que era marcadamente mais rápido, caótico, fragmentado e desorientador do que as fases anteriores da cultura humana. Em meio à turbulência sem precedentes do tráfego, barulho, painéis, sinais de trânsito, multidões que se acotovela, vitrines e anúncios da cidade grande, o indivíduo defrontou-se com uma nova intensidade de estimulação sensorial. (Singer 2001, p.116).

Parece que os painéis de empena são os mais recentes filhotes dessa superestimulação. Bombardeado por apelos visuais para onde quer que ele se volte, o homem poderia estar se tornando insensível aos apelos das mídias tradicionais. Buscam-se então as grandes empenas das edificações que estejam voltadas para os caminhos e trajetos desse desorientado viajante. Não mais açoitado pelos ventos ou vagas enviados pelos deuses do Olimpo, mas pelas vicissitudes do cotidiano em meio às quais imagens de ninfas maravilhosas, ampliadas centenas de vezes, procuram atraí-lo com tanto apelo quanto o canto das sereias. Meios de impressão de grandes formatos, com tal capacidade de reprodução que ultrapassam qualquer desafio artístico através da moderna tecnologia. "Mas também uma espécie de cumplicidade passageira entre o

receptor e o criador, *choque emocional* ou *sensual*, um jogo fácil proposto ao espectador, um *enigma a resolver*". (Moles, 1969, p. 93).

Enquanto simples mudança na natureza do meio de comunicação, o problema da escrita é idêntico ao da fixação do discurso em qualquer suporte exterior, seja a pedra, o papiro ou o papel, que é diferente da voz humana. Esta inscrição, que substitui a expressão vocal imediata, fisionômica ou gestual, é em si mesma uma realização cultural tremenda. Agora "as marcas" materiais transportam a mensagem. (Ricouer, 1975, p.58-59).

Ainda nesse contexto, diz Heidegger, apud Ricouer (id, p. 58) que o que primeiro entendemos num discurso não é outra pessoa, mas um "projeto", isto é, um esboço de um novo modo de estar-no-mundo. (Figura 14).

Para Ricouer, a teoria da iconicidade - enquanto aumento estético da realidade – fornece-nos a chave para uma resposta decisiva à crítica que Platão faz da escrita. A iconicidade é a reescrita da realidade.

"A inscrição do discurso é a transcrição do mundo e a transcrição não é reduplicação, mas metamorfose". (Ricouer 1976, p.58).



Figura 14 - "um novo modo de estar-no-mundo"? Um choque sensual ou emocional?

Moles faz a ligação da iconicidade, à semelhança da imagem representada, com o elemento icônico que ela é encarregada de evocar ou comentar. É conveniente para ele a ligação entre a noção de iconicidade e o grau de abstração, numa correlação negativa entre eles. “O símbolo é intermediário entre o abstrato e o concreto e a taxa de simbolismo está ligada ao grau de iconicidade.” (Moles 1969, p.93).

Meggs (2005, 1,2) considera que o conceito da arte pela arte, um belo objeto que existe apenas pelo seu valor estético, somente tenha sido desenvolvido a partir do Século XIX. Antes da Revolução Industrial, a beleza das formas e imagens produzidas estava diretamente ligada às suas funções dentro da sociedade humana.

Na tentativa de uma definição social do cartaz, Moles (1969, p.20) depreende valores sociais considerando seu uso, sobretudo nos países capitalistas, como sendo um mecanismo publicitário ligado a motivações sócio-econômicas, um elemento que passou de auxiliar a motor da sociedade de consumo, transformando-se modernamente em uma forma de arte na cidade, sendo o cartaz a imagem da sociedade urbana, *componente estético* de nosso ambiente:

Ele é, talvez, uma das aberturas próximas de uma arte não alienada, inserida na vida cotidiana, próxima e espontânea. A imagem colorida, viva, transbordante de belos corpos femininos audaciosamente despídos, em número superior aos que realmente existem no mundo, substituirá fundamentalmente Tintoretto, ou Rubens ou mesmo J.G.Domergue? Criará ela um universo de beleza, uma transcendência em relação à cotidianidade dos trabalhos domésticos, será ela o novo universo da estética? (ver Figura 10).

O mecanismo do hábito virá inelutavelmente desgastar esse choque de cores e formas que é um novo cartaz nas ruas, constituirá em todo o caso o painel onde se fixam os cartazes o novo atelier da Cidade dos Artistas?” (Moles 1969, p.15).

Há quase quarenta anos, Moles afirmava que já se vivia a civilização da imagem, tendo ela até então tido tempo material para se desenvolver livremente e impor suas conseqüências sobre o nosso modo de vida.

Prevvia ele que o progresso técnico e as invenções iriam revolucionar os mecanismos da criação da imagem, ainda que não fossem “modificar a estrutura do Umwelt (mundo ambiente) do indivíduo em sua relação com a imagem que ele tem diante dos olhos, da qual toma consciência, depois que a percebe, para

reagir em seguida numa ação elementar ou uma modificação mais ou menos observáveis de sua própria estrutura mental.” (Moles 1969, p.17)

Nosso mundo contemporâneo desse início do século XXI, agora já consolidado realmente como a civilização da imagem, estaria então confirmando as afirmações de Venturi, à época iconoclastas, a respeito da relevante e significativa importância dos painéis que expressam intrigante espécie de vitalidade e validade. (Goldberger 1971, p.35)



Figura 15 - Times Square: novo ambiente cultural, tão significativo quanto os museus?

Times Square, Las Vegas, Hong-Kong e Tóquio são eloqüentes exemplos do ambiente artificial criado pelo homem para si mesmo, seu novo ambiente cultural, “mais significativo que os museus, quadros ou bibliotecas, universo das imagens, das fórmulas, dos slogans e dos mitos, que ele encontra na vida social, girando o botão da televisão, ou vagando pelas ruas”.(Moles 1969, p.14). (Figura 15).