

4. Comunicação visual de orientação no espaço urbano, agentes do poder público e Maré

A Maré é um bairro da Cidade do Rio de Janeiro que surgiu da informalidade. “A legalização dos terrenos ocupados, com a devida transferência de posse, é o que juridicamente transforma uma favela em um bairro formal, legal” (BERENSTEIN, 2002, p.28). Apesar de ser um bairro, ainda é tratada como favela pela prefeitura, que vem trabalhando, para acelerar o seu desenvolvimento urbano, e integrá-las ao conjunto da cidade, através da SMH – Secretaria Municipal do Habitat, especialmente criada com esta missão.

Pelo que se pôde apurar, não há uma definição de quando uma favela passa a fazer parte da rotina normal da cidade e ser gerida urbanisticamente pela SMU, Secretaria Municipal de Urbanismo, como os bairros da cidade, e não mais pela SMH.

A lógica deveria sugerir que ao ter passado a ser denominada oficialmente de bairro, na década de 80, a Maré já estivesse passando por este processo. Na prática, não é o que acontece. Embora a Maré seja hoje um bairro oficial da cidade, a XXX Região Administrativa, ela continua sendo assunto da SMH, em seus projetos Grandes Favelas.

A pauta de atuações da SMH envolve intervenções pesadas e pontuais. Enquanto a SMU possui atividades projetuais com características de continuidade. Por esta razão, esta pesquisa conclui pela importância de uma definição mais clara de quando e quais serão as responsabilidades da SMU, no que diz respeito ao compromisso com a melhoria urbana da Maré, e acredita que no IPP estão vários profissionais capacitados para pensar um sistema eficiente de orientação no espaço urbano da Maré.

Após analisar os dados deste trabalho, chegamos a conclusão de que o poder público perde uma grande oportunidade de amplificar a sua presença nas áreas informais, Áreas de Especial Interesse Social e bairros oriundos da informalidade, como a Maré, quando deixa de utilizar o grande poder da mídia urbana, a qual entendemos, participa da comunicação para orientação do espaço urbano junto com o sistema de sinalização.

De qualquer forma, mais cedo ou mais tarde, haverá a necessidade do poder público pensar na escala destes novos espaços da cidade. Por isto, buscou-se fazer aqui um apanhado de observações, pesquisas e projetos isolados que possam contribuir para a criação de novos paradigmas voltados para a comunicação visual para orientação urbana destas novas áreas, levando em conta suas características topológicas diferenciadas.

Assim, aspectos gerais extraídos de agentes oficiais do urbanismo e da comunicação urbana, de setores acadêmicos e da prática das intervenções feitas por profissionais que vêm se dedicando a pensar a questão destes novos paradigmas para as áreas populares da cidade são aqui apresentados com a finalidade de embasar os comentários e propostas deste trabalho.

3.1 Os agentes oficiais

Bairros como a Maré, Jacarezinho, Morro do Alemão e Rocinha, que surgiram da informalidade e ainda são identificados como favela, mesmo por seus moradores, são vistos de forma preconceituosa por uma grande parte da sociedade e seus diversos segmentos sociais, culturais e profissionais.

Como exemplo, a forma como a imprensa trata estas áreas está retratada na manchete da revista Veja-Rio, reproduzida a seguir, que se refere à Rocinha como um lugar alheio à cidade. Inconcebível que um redator consciente de que parte de seus leitores habita aquele espaço da cidade, deixe de notar o desrespeito com que o assunto da moradia irregular é tratado no título da matéria: São Conrado sitiado.



Figura 3.1 - Edição de junho de 2007 da revista Veja Rio: São Conrado sitiado. Como os moradores do bairro de apartamentos luxuosos, com o IPTU mais caro da cidade, convivem com o crescimento da Rocinha, os tiroteios constantes e a desvalorização de seus imóveis.

De forma semelhante, o preconceito pode levar a adiamentos de investimentos em projetos por parte das prestadoras de serviços públicos, para adequar os seus serviços às características adensadas e orgânicas, da maioria destes lugares. Esta visão excludente é fruto de um século de omissão por parte do poder público frente aos problemas gerados pelo déficit habitacional da Cidade do Rio de Janeiro.

Dentro do limite geográfico deste trabalho: o espaço do logradouro público, ou, a via pública compreendida por ruas e calçadas, os agentes públicos envolvidos são a SMU – Secretaria Municipal de Urbanismo, a SMTR– Secretaria Municipal de Transporte Urbano, e a SMH – Secretaria Municipal do Habitat.

Embora visitas e entrevistas informais tenham sido realizadas nestas secretarias, não foi objetivo deste trabalho aprofundar o conhecimento a respeito de suas histórias e funcionamento interno. O que aqui apresentamos são conclusões baseadas nas já referidas visitas e entrevistas, na observação direta do espaço urbano, levantamentos iconográficos, pesquisas nos sites e publicações destas secretarias e outras publicações relacionadas ao urbanismo e a comunicação no ambiente urbano da cidade.

Convém registrar a receptividade e a atenção dispensada pelos funcionários destas secretarias, que buscaram enriquecer o trabalho com suas informações.

Ainda é perceptível, depois de aproximadamente duas décadas da criação o bairro Maré (final da década de 80, segundo o CEASM), a falta de iniciativas objetivas por parte da SMU e da SMTR para melhor compreender a realidade urbana destes lugares, ou para propor soluções específicas para suas áreas adensadas, de escala diferente dos bairros tradicionais.

Como abordado anteriormente, viemos há um século resistindo em aceitar que se possa valorizar e contribuir com o que foi iniciado e consolidado exclusivamente pela capacidade criativa da iniciativa popular.

Órgãos municipais ligados ao planejamento e à manutenção urbana passaram agora a ter que lidar com estes espaços extremamente orgânicos, adensados, mutáveis e de dinâmica social diferente dos bairros tradicionais; embora caiba neste ponto uma ressalva; a de que existe um estigma em torno da favela que a configura de forma mais estranha ao restante da cidade do que realmente é. Qualquer subúrbio do Rio de Janeiro, ou mesmo, qualquer parte da cidade, apresentam, em um ou outro ponto, características de informalidade semelhantes.

De qualquer forma, seja nas favelas, seja em trechos da cidade, a informalidade nunca havia virado algo a ser considerado e cuidado. Agora, com as AEIS – Áreas de Especial Interesse Social, edificações e arruamentos fora das especificações habituais dos códigos passaram a ser legais, e portanto a merecer os cuidados da prefeitura.

Algumas concessionárias públicas prestadoras de serviços básicos à população, como a LIGHT e a COMLURB, têm buscado adaptar-se aos dimensionamentos e características destes novos espaços.

Todo bairro almeja a melhoria de seu espaço urbano e entre os itens que podem trazer melhoria de vida a um lugar estão incluídos os equipamentos urbanos, entre eles, os suportes para as comunicações de orientação do espaço, projetados pela SMU, através do IPP e pela SMTR, através da CET-RIO, que até o momento não desenvolveram projetos específicos para espaços como a Maré. Enquanto projetos de equipamentos urbanos específicos não surgem para estas áreas, os equipamentos ali instalados, quando possível, são os mesmos disponíveis para uso em toda a cidade.

3.1.1 SMU, IPP e plano diretor da cidade

Responsável por formular os planos estratégicos de orientação para o crescimento urbano da cidade, o site da SMU descreve em linhas gerais as diretrizes traçadas desde 2005, que deixa claro a intenção da valorização das identidades locais das cidades, que foi dividida em 12 regiões:

O paradigma que norteou todo o processo do Plano Estratégico II foi a escolha de um modelo próprio para cada região, buscando os seus motivos de orgulho em sua cultura e história, identificando as vocações regionais em seus valores e tradições... (site da SMTU – www.rio.rj.gov.br/planoestrategico).

Subordinado à SMU, o IPP – Instituto Pereira Passos, é responsável por diversos projetos de sinalização na cidade. O IPP projeta e cuida das sinalizações da cidade, com exceção das sinalizações referentes ao trânsito de veículos, instaladas sobre as “caixas de ruas”, que ficam a cargo da SMTR – Secretaria Municipal de Transportes – através da CET-RIO.

Diversas sinalizações da cidade são desenvolvidas pelo setor de Mobiliário Urbano do IPP, como as informações turísticas (abaixo).



Figura 3.2 - Sinalizações turísticas implantadas pelo IPP, principalmente na zonal sul da cidade

As sinalizações verticais (placas) nas ciclovias da cidade, por estarem na área das calçadas, também foram projetadas pelo IPP, enquanto as sinalizações horizontais das mesmas (sinais na pavimentação da ciclovia), foram projetadas pela CET-RIO, o que demonstra como fica confusa, por vezes, a definição das competências de cada órgão no logradouro público.

Estas sobreposições de competências que muitas vezes geram divergências de critérios e perda de tempo com trabalhos sendo desenvolvido por mais de um departamento, e nos foi relatada por um funcionário da CET-RIO.

Logradouro público, segundo a definição do IPP, é o espaço público integral – caixa de rua (espaço destinado aos veículos motorizados, compreendido entre os meio-fios), calçadas, praças e tudo que vá até os alinhamentos das construções, excluindo lagoas, canais, rios espaços públicos como parques, etc:

...o espaço livre, inalienável, destinado a circulação pública de veículos e pedestres, e reconhecido pela Municipalidade, que lhe confere denominação oficial. São as ruas, travessas, avenidas, largos, parques etc. (METODOLOGIA PARA IMPLANTAÇÃO DE MOBILIÁRIO URBANO, IPP, 1999, p.8)

O IPP disponibiliza em seu site o manual de “Metodologia para Implantação de Mobiliário Urbano”, de agosto de 1999, que trata da implantação de mobiliário urbano para informação (MUPI) com publicidade, em áreas especiais da cidade, procurando estudar possíveis impactos urbanos provenientes desta implantação.

O IPP entende ser importante a participação da publicidade no desenvolvimento urbano da cidade:

A veiculação de publicidade na cidade é hoje um importante instrumento para viabilizar a oferta de serviços básicos em áreas carentes, seja através da implementação de mobiliário urbano de natureza utilitária ou de intervenções urbanísticas. Esta iniciativa exige, no entanto, um planejamento adequado para corrigir ações múltiplas e descentralizadas, levando-se em conta a padronização, os dimensionamentos e os espaçamentos mais apropriados para cada área da cidade (METODOLOGIA PARA IMPLANTAÇÃO DE MUPI COM PUBLICIDADE NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO, SMU-IPP, 1999, p.6)

O manual aponta diferentes “engenhos” onde podem ser instaladas as publicidades, a maioria das quais familiares à população da cidade, como outdoor, relógio de rua, placas de logradouro, abrigos de ônibus etc.



Figura 3.3 - MUIs (Mobiliários Urbanos Para Informação) com publicidade: totem e empena de prédio.

Vale destacar que a prefeitura também se utiliza destes meios para passar mensagens publicitárias institucionais e educacionais. Também é prevista a utilização de suportes para mensagens mais efêmeras, como os “galhardetes” elevados à 2,50m da calçada, destinados à divulgação de eventos e outras mensagens de caráter menos permanente, que poderia ser de grande utilidade na divulgação de mensagens do poder público voltadas para a população de localidades populares, na intenção de promover o sentimento de pertencimento social e cuidado com o espaço comum.

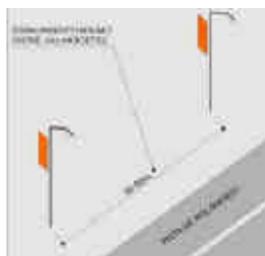


Figura 3.4 - Galhardetes fixados em postes, para mensagens menos permanentes. Previstos no Manual de MUIs da SMU..

Portanto, ressaltamos que a SMU prevê a promoção das identidades regionais, o uso da publicidade como meio de gerar recursos para investimentos em áreas

carentes, e junto com a SMTR é responsável pela orientação do espaço público urbano. As soluções que foram expostas aqui já fazem parte das alternativas de comunicação no espaço urbano implantadas pela cidade.

3.1.2 SMTR, CET-RIO e o paradigma da padronização

A SMTR responde pelo planejamento, legislação e gestão do trânsito na cidade. Através da CET-RIO, projeta e mantém a sinalização da cidade voltada para a orientação do trânsito de veículos, em sua quase totalidade motorizados, que circulam na caixa de rua compreendida entre os meio-fios. Trabalha em concordância com padrões municipais, nacionais e internacionais de sinalização.

Os estudos da CET-RIO referem-se fundamentalmente à engenharia de tráfego. Em postos de direção na hierarquia da empresa encontra-se um designer, respondendo pela direção do Centro de Comunicação Visual, setor onde placas de informações diferenciadas, projetos especiais, quando necessário, e campanhas de comunicações internas são desenvolvidas. O talão de estacionamento em locais públicos foi desenhado no departamento.

Em visita ao setor feita para o desenvolvimento deste trabalho, puderam ser apreciados estudos antigos de projetos especiais, a maior parte não colocado em prática. Dos projetos fora de padrão propostos e apresentados, dois foram implantados, um para Paquetá e outro para Santa Tereza. “Toda mudança de padrão envolve um alto custo de produção”, nos informou o designer e diretor de Comunicação Visual, e quase nunca são aceitos pela empresa. Entre os estudos que não vão adiante está um antigo para o Saara, voltado para o pedestre, prevendo o uso de publicidade para o auto-financiamento do sistema. Outro estudo propunha o uso de publicidade no verso das placas de trânsito espalhadas pela cidade, mas a CET-RIO vem descartando o uso de anúncios associados às informações de orientação do trânsito da cidade, sob argumentações baseadas na segurança do trânsito, uma vez

que uma possível dispersão na recepção das mensagens de orientação poderia confundir os motoristas.



Figura 3.5 - sinalização especial desenvolvida pelo Centro de Comunicação Visual, dirigido por um designer.

A faixa de travessia escolar, uma sinalização especial desenvolvida pelo Centro de Comunicação Visual (imagem acima), apesar de não pretender substituir a faixa zebra, vista ao seu lado, só foi implantada depois de muita resistência interna. Acabou conquistando uma premiação pública e demonstrando que um pouco menos de rigor e padronização pode trazer um toque de humanização tão necessário para as cidades.

Ainda que seja procedente a preocupação, com a dispersão do olhar dos motoristas, deve-se notar que tal medida não impede que o espaço urbano seja tomado por imensos painéis publicitários expostos em outdoors e em empenas de prédios (áreas de atuação do da SMTR), que competem com atenção dos motoristas, assunto que já foi abordado em capítulo anterior.

A quase totalidade das placas é produzida em alumínio por suas propriedades de resistência e durabilidade, embora tenhamos visto a pouco que esta durabilidade é relativa, uma vez que o material é cobiçado e roubado com frequência. Portanto, materiais alternativos devem e são pesquisados pela empresa.

Existe a opção da fibra de vidro, usada em algumas placas de regulamentação, de formato menor que as de informação direcional, e está sendo pesquisado o uso de

placas feitas a partir da reciclagem de embalagens Pet. A opção por esta matéria prima deveria ser maior, segundo informação obtida em entrevista com ex-funcionária da empresa, arquiteta, que chegou a ocupar postos de gerenciamento na empresa. Ela atribuiu a interesses econômicos de alguns grupos, a manutenção dos suportes em alumínio.

Portanto, a CET-RIO se posiciona de maneira oposta ao IPP quanto ao uso da publicidade em seu sistema de comunicação, não admitindo publicidade, por exemplo, nos versos das placas direcionais espalhadas pela cidade.

3.1.3 SMH, comunidades e o projeto “Grandes Favelas”.

A Secretaria Municipal do Habitat é o órgão do poder público criado com a finalidade de pesquisar e propor soluções para que a prefeitura possa interferir nas áreas informais da cidade a partir de um novo paradigma, o da consolidação das áreas informais, em oposição à antiga opção pela remoção.

Durante longo tempo a política habitacional no Rio de Janeiro, como em todo Brasil, se recusou a aceitar como irreversível o fenômeno da favelização. A política do estado era a da erradicação daquilo que se considerava um corpo estranho e nocivo ao conjunto da cidade, “um câncer urbano” como pode ser lido em relatos passados.

A total ausência de investimentos em melhorias nestas áreas, ditas informais, ao longo de todos esses anos, se deveu em parte à impossibilidade jurídica do governo ajudar a consolidar uma área irregular, mediante o código de obra e urbanismo vigente. Esta omissão gerou enormes áreas sem a menor infra-estrutura urbana de higiene, lazer e segurança.

Em 1993, na tentativa de reverter o processo de crescimento desordenado e rápido destas áreas informais, cada vez mais às margens do restante da cidade, criou-se a Secretaria Municipal de Habitação, um órgão próprio para regularizar a política habitacional do município.

Há quatro anos, a política habitacional que a Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro desenvolve, procura dotar as favelas de infra-estrutura básica e urbana, sem negar suas características orgânicas decorrentes de seu processo evolutivo espontâneo. Estabelecendo parcerias com lideranças das comunidades locais, procura, aos poucos, modificar a relação de desconfiança que as comunidades populares desenvolveram com o poder público.

Para que a prefeitura pudesse atuar nessas áreas foi necessário criar as AEIS – Áreas de Especial Interesse Social, figura legal do zoneamento da cidade, prevista no Plano Diretor de 1992, que abre caminho para a implantação do programa Favela-Bairro, que concretiza a nova ótica do poder público no trato da questão habitacional para a população de baixa renda.

O projeto que trata das grandes áreas informais é o “Grandes Favelas”. A Maré, por já ter contato com diversas intervenções do poder público federal, estadual e municipais ao longo de sessenta décadas, não está entre as prioridades do Grandes Favelas.

Este projeto, como todos os projetos da SMH, em termos de urbanismo, possuem características de intervenção pontual, embora sejam plantadas estruturas visando criar condições para a participação popular na manutenção das melhorias conquistadas.

A Maré, em muitas partes de seu complexo, encontra-se já em uma etapa consolidada de urbanização, segundo a ótica desta dissertação, e necessita de planejamento estratégico urbano voltado para equipar o espaço com mobiliários urbanos, incluído os MUIPs – Material Urbano para Informação, usados para veiculação de publicidade e mensagens da prefeitura. Este tipo de melhoria é especialidade dos profissionais do IPP, e ao que parece, em vistas ao que se pesquisou aqui, não está entre as prioridades de atuações da SMH.

3.2

Setor acadêmico e pesquisas de novos paradigmas.

Desde que a Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro partiu para ampliar os investimentos na área da habitação e para isto criou a SMH, em 1994, então chamada Secretaria Municipal da Habitação (PREFEITURA, Favela um Bairro, p.7), o setor acadêmico tem desenvolvido estreita parceria na busca de novos paradigmas para o desafio de consolidar uma forma urbana até então estranha à cidade.

Em todos os estados do Brasil, parcerias semelhantes vêm acontecendo, e desta forma a questão da informalidade ocupa um espaço cada vez mais importante nos esforços de pesquisa das instituições de ensino públicas e particulares. Uma busca superficial nos colocou em contato com algumas, que a seguir apresentamos resumidamente, atestando a facilidade com que hoje se encontram análises sobre a questão urbana nos espaços informais e intervenções. Note-se que o mesmo não se verifica para a Comunicação de orientação no espaço informa.

3.2.1

FAUUSP – Parâmetros para Urbanização de Favelas.

A Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP, através da FUPAM – Fundação para a Pesquisa Ambiental da FAUUSP - realizou pesquisa iniciada em julho de 1998, intitulada “Parâmetros para Urbanização de Favelas”, coordenada por Laura Machado de Mello Bueno, cujos resultados foram parcialmente reproduzidos pela Internet.

A pesquisa procurou avaliar algumas características de obras em favela em cinco cidades diferentes, entre elas a Cidade do Rio de Janeiro, medindo o que seus realizadores consideram importante nas soluções apresentadas: a possibilidade de uma solução apresentada poder ser reaplicada em outras favelas, o que denominam “replicabilidade”, a complexidade para as necessárias adequações, quando determinadas soluções são reaplicadas em diferentes áreas, já que as situações de topografia, organização da população, urbanismo, etc, mudam muito de um lugar para outro. E por fim a questão da “sustentabilidade”, que diz respeito às estruturas criadas para que a manutenção daquela intervenção seja satisfatória.

Para a finalidade deste trabalho julgou-se interessante registrar dentre as conclusões da pesquisa os aspectos que ajudam a definir as responsabilidades entre as organizações públicas, notadamente a SMU e a SMTR:

1. A intervenção em favelas deve estar embasada em políticas públicas de acesso à cidade, ou seja, ela deve estar vinculada às políticas de desenvolvimento urbano, [...] política de meio ambiente e ao planejamento urbano (site da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAUUSP, 2006).

Segundo a orientação acima, caberia ao IPP – Instituto Pereira Passos, responsável pelo planejamento urbano da Cidade do Rio de Janeiro, o desenvolvimento de um setor especificamente voltado para apresentar soluções urbanas específicas para os novos bairros de urbanização adensada, como a Maré. Nos limites desta dissertação, soluções específicas de mobiliário urbano, onde se incluem os suportes para a comunicação de orientação no espaço público.

No entanto, cabe a CET-RIO cuidar dos suportes e mensagens implantados sobre as caixas de rua (espaço para os veículos, limitada entre os meios-fios dos logradouros) da cidade, e, portanto, ela deve adequar seus suportes para esta nova realidade urbana.

Quanto aos projetos, existe a recomendação para que incluam ações ligadas ao desenvolvimento da cidadania:

5. O escopo dos projetos de urbanização [...] de incluir ações ligadas ao desenvolvimento da cidadania, direitos e deveres dos usuários... (FAUUSP, 2006).

Tem sido uma tendência dos projetos em áreas de baixo desenvolvimento, procurar, sempre que possível, levar em conta a possibilidade do desenvolvimento da economia local, escolhendo, por exemplo, soluções de tecnologias que possam utilizar a mão de obra local em seu processo de fabricação e manutenção.

A pesquisa aponta a necessidade de criação de equipes específicas, inclusive para a superação de problemas ligados ao preconceito:

10. Devem ser desenvolvidos programas de formação/reciclagem do corpo técnico dos setores de manutenção urbana [...] para a superação dos problemas de preconceito e ineficiência destes setores [...]. Deve haver uma preparação destes setores para a correta gestão de sistemas desenvolvidos com parâmetros diferenciados. (FAUUSP, 2006).

Este item confirma o problema do preconceito percebido durante as pesquisas para esta dissertação, junto ao IPP e à CET-RIO, configurado pela falta de dados relativos às especificidades destas localidades, mesmo após 30 décadas de suas efetivações como bairros da cidade.

A questão da “formação/reciclagem” remete à SMH, Secretaria Municipal do Habitat, que possui em seus quadros técnicos preparados para passar a nova ótica com que o poder público deve lidar para fazer frente ao desafio de integrar urbanística e socialmente estas nova áreas ao conjunto da cidade.

Os seguintes parâmetros são recomendados para a avaliação de programas relacionados a favelas:

- integração espacial, social e fundiária em relação ao entorno e à cidade;
- programação de ações socioeconômicas e educacionais em paralelo à ação no meio físico;
- fortalecimento da organização social da comunidade;
- mudança da relação Estado-sociedade no tocante às políticas públicas;
- mudanças das relações sociais e de poder entre os moradores e organizações (sociais e políticas) da comunidade;
- alteração das relações de solidariedade entre os moradores;
- mobilidade urbana/valorização imobiliária;
- quantidade e qualidade das melhorias habitacionais feitas pelos moradores;
- surgimento de grupos de produção, cooperativas ou outras experiências de geração de trabalho e renda;
- mudança da percepção ambiental dos moradores em relação ao seu habitat e conseqüentemente comprometimento com a conservação das melhorias realizadas com a urbanização;
- mudança na matriz de demandas/reivindicações da comunidade; e
- visibilidade e valorização do papel desempenhado pelas mulheres.

(FAUUSP, 2006)

O documento chama a atenção sobre a questão da padronização, se posicionando de forma contrária. Sugere, pelo contrário, que a sistematização de avaliações de outros programas e obras construa redes interdisciplinares, ligadas à

melhoria da qualidade do ambiente, e que este procedimento venha a fazer parte de uma política pública de desenvolvimento tecnológico nacional.

3.2.2 UFRJ e a Secretaria Municipal do Habitat

A Universidade Federal do Rio de Janeiro mantém um intercâmbio com a Prefeitura, e produz pesquisas que são aproveitadas no projeto Favela-Bairro. Em uma publicação comum entre Prefeitura e Universidade, foram analisadas soluções de quinze equipes de arquitetura para intervenções no projeto.

Na apresentação da publicação, datada de 1996, o presidente da IAB/RJ – Instituto dos Arquitetos do Brasil do Rio de Janeiro, Demetre Anastassakis (1999, p.11) considerou ser “tragicômico pensar que, quando se arranja recursos para uma intervenção ‘por atacado’ nas favelas, não haja capacidade projetual e gerencial em quantidade capaz de realizar em curto espaço de tempo os projetos [...]”, comentário que evidencia a falta de soluções públicas até aquele momento.

A promoção destas soluções está a cargo da SMH – Secretária Municipal do Habitat. Hoje, passados oito anos, a quantidade de projetos executados, vem somando soluções executadas em áreas de diferentes morfologias.

A partir da análise destas publicações, de outros poucos projetos, além da entrevista concedida por Sérgio Magalhães, professor da UFRJ e um dos principais mentores do projeto Favela-Bairro, se percebeu que a Comunicação para Orientação no Espaço Urbano, não estavam entre as principais preocupações da equipe de projeto.

Através de um recorte das proposições e dos comentários das quinze equipes participantes, pode se perceber a importância do uso do espaço urbano para fins de comunicação entre o poder público e aquela localidade:

Propor normas para as práticas de vida na favela significa romper costumes arraigados. Para lograr esta conquista será necessário chegar bem perto de cada cidadão e fazê-lo compreender

muito bem por que, por exemplo, não deve construir sobre valas, e deve recuar sua construção para permitir a iluminação e a ventilação naturais. (Equipe108, Prefeitura, UFRJ, p.57).

A Equipe 108, que fez a proposição acima, constatou a falta de engajamento da população local sobre o projeto, e a desinformação sobre os seus benefícios. Como proposta listam:

- estimular os instrumentos da imprensa local (jornais e rádios comunitárias, noticiários pelos equipamentos de som, etc.) a divulgar os acontecimentos do projeto;
 - organizar eventos de divulgação utilizando recursos audiovisuais, em conjunto com o pessoal da comunidade;
 - editar boletins e releases para a distribuição aos moradores e à grande imprensa.
- (Id., p.58)

As recomendações da equipe advertem que os bons resultados dependerão da participação da comunidade e por isto será necessário “boa divulgação na comunidade e na mídia” (Equipe 108, Prefeitura, URRJ, p.61).

O fato de não constar a mídia urbana na listagem citada acima, mostra apenas que não ocorreu à equipe o poder da mídia urbana, principalmente em localidades informal ou de origem informal, onde o espaço público é utilizado não só como meio de locomoção, mas também como espaço de convívio e lazer.

A proposta da Equipe 111 (Prefeitura, UFRJ, p.63) dá a idéia de um manual contendo legislação simples, que, entre outras orientações, procura educar a população quanto a “utilização [...] de redes públicas de drenagem instaladas, não permitindo o despejo de lixo nessas redes. A mídia urbana, propícia para mensagens pontuais, novamente seria eficaz na ampliação da recepção desta divulgação.

Dentre as quinze equipes cujas propostas foram publicadas, uma, a Equipe 108, composta por uma equipe multidisciplinar de 12 profissionais, dentre os quais, 2 arquitetos, 2 geógrafos, 5 engenheiros, uma socióloga, uma advogada e um desenhista industrial, Lincoln Nogueira, atentou para a importância da comunicação vertical do espaço público, incluindo entre os problemas levantados:

- inexistência de sinalização vertical no sistema viário e de mobiliário urbano apropriado às condições geográficas e urbanísticas do sítio e, ainda, o tímido desenvolvimento de “produtos” adequados à eficaz prestação de serviços públicos nessas áreas.(Equipe 116, Prefeitura, URFJ, p.109)

Dos quinze grupos, dois fizeram constar designers em sua equipe de profissionais. Em outros três grupos, uma programadora visual, uma profissional de marketing, e um profissional especializado em mobiliário urbano, cuja formação acadêmica não é descrita.

Não parece ser por acaso que a citação acima, uma das raras que levou em conta a importância da sinalização vertical no sistema viário e sua adequação ergonômica entre as considerações importantes a serem observadas, tenha partido de um dos grupos que possui como integrante um profissional voltado para a comunicação, como é o designer.

3.3 Mídia urbana e orientação no espaço urbano

A mídia externa tem sido bastante utilizada pelos anunciantes. Mendes (2006), aponta as vantagens da mídia externa em relação a outros tipos de mídia, que as tornam um excelente meio de comunicação para um determinado limite geográfico:

O que diferencia a paisagem urbana dos demais meios de comunicação de massa é o fato de ser um veículo ao qual o público-alvo se expõe compulsoriamente. Em outros veículos, como televisão, jornais, revistas, rádio e Internet, ao contrário, pressupõe-se a ação dos receptores para que se concretize o processo comunicativo. Além disso, a paisagem urbana é um meio de comunicação extremamente flexível, pois opera 24 horas por dia, transmite as mensagens de forma instantânea e permite maior variabilidade de formatos e tamanhos para os anúncios.(MENDES, 2006, p.33)

O sistema de comunicação para orientação do espaço urbano, emite mensagens com finalidades persuasivas em suas placas brancas, cujo conteúdo educacional promove o respeito às leis de trânsito e apela para a consciência e a responsabilidade dos condutores. No capítulo “4.Símbolos e imaginário da cidade” pudemos ver uma seqüência de mensagens subjetivas e emocionais, fazendo parte do sistema de sinalização da Cidade do Rio de Janeiro.

Seja no formato explicitamente publicitário, que procuram tirar partido de imagens e textos combinados de forma impactante e criativa para persuadir ao

receptor da mensagem, seja no formato do código das comunicações do sistema de sinalização, sóbrio e de estética rígida, o fato é que a mensagem de orientação do comportamento no espaço público, é uma forma de orientação no espaço urbano, para uso do espaço urbano e podem ser pensadas em conjunto com as demais mensagens de orientação no espaço, como as orientações de caminho para carros e pedestres.

Explorar esta potente ferramenta de comunicação, em prol da melhoria da qualidade de vida nos espaços informais, e nos bairros que surgiram a partir da informalidade não vem sendo cogitado até aqui pela prefeitura da cidade., o que pode ser explicado até certo ponto pela permanente falta de recursos para os investimentos mais básicos nestas áreas. Esta consideração nos leva a chamar a atenção para a legitimidade de abrir-se espaço para a publicidade, mesmo nos versos das placas de trânsito, como forma de auto financiamento do sistema para comunicação de orientação no espaço urbano das localidades de origem informal.

Em alguns pontos da cidade, isto já ocorre, como vimos, mediante consulta ao órgão com a responsabilidade de gerir a via, no caso a CET-Rio.



Figura 3.6 - Painel publicitário na Av. Brasil, com mensagem pontual, como na sinalização.

Tenham ou não finalidades promocionais, todas as informações pontuais são informações de orientação do espaço urbano.



Figura 3.7 – Placas de logradouro com MUPI para informação publicitária

A prefeitura utiliza amplamente a linguagem publicitária no espaço público para emitir mensagens de orientação do comportamento no espaço público e para outras comunicações que visão demonstrar sua ação naquele espaço.



Figura 3.8 – MUPIs com mensagem da prefeitura

Curiosamente estes exemplos chamam a atenção para a necessidade de maior apuro na criação de mensagens subjetiva, sob pena de prejuízo de sua eficácia. No primeiro exemplo, a argumentação coloquial esta centrada no cidadão: “Ta cansado de procurar emprego? 2700 empresas querem ajudar você”.

Embora, pelo tamanho e posicionamento do MUPI (Mobiliário Urbano para Informação) onde está veiculada, esteja claro que os alvos da mensagem são pedestres e motoristas, estes últimos não têm condições de receber a mensagem devido ao incorreto dimensionamento do tamanho do texto.

No segundo exemplo (imagem do meio), a argumentação está centrada no espaço público. Busca evitar o trânsito de cachorros nas praias: “Não traga seu cachorro para a praia, é ruim para você e pior para ele”. Neste caso o problema está na argumentação incompleta. O receptor alvo da mensagem (pessoa acostumada a levar seu cachorro à praia) provavelmente questionará o motivo da prefeitura lhe afirmar que levar o cachorro à praia é ruim para ele e pior para o seu cão. Seria ameaça de alguma punição a ele? E por que pior para o seu cão? Um complemento explicando o ponto de vista da prefeitura tornaria a mensagem mais eficaz.

Seqüencialmente, quem caminha pela ciclovia onde se lê a mensagem do cachorro, encontra a mensagem “cara chato é aquele que suja a praia”, que pode ser lida como um comunicado independente, ou uma seqüência da mensagem anterior.

Difícil afirmar quanto uma mensagem mais objetiva, como “não é permitido cachorro na praia” e “quem suja a praia está sujeito a multa” seria mais persuasiva. Muitos publicitários depositam na criatividade o poder da mensagem publicitária.

Para o escopo deste trabalho é importante evidenciar que mensagens objetivas e subjetivas compõem um conjunto de comunicações voltadas para a orientação no espaço público. Estas mensagens não fazem parte de um sistema único e abrangem informações de direções de caminhos, de regulamentações no uso do espaço público e de apelos comportamentais aos cidadãos.

3.4

Agentes oficiais na Maré.

A título de conclusão estão aqui sintetizadas as principais constatações e premissas básicas que, a nosso entender, devem ser consideradas na elaboração de um sistema de orientação para o espaço público em AEIS, Áreas de Especial Interesse Social, como o bairro Maré.

A comunicação para orientação do espaço público inclui, segundo a ótica desta dissertação, as mensagens voltadas para a mobilidade urbana através de diferentes meios (veículos motorizados, bicicletas ou a pé), sejam elas direcionais (placas indicando a direção dos lugares) ou regulamentares (proibido estacionar, sentido obrigatório etc.), como também as mensagens voltadas para a regulamentação e o comportamento do cidadão no espaço público.

Observando por este prisma, as mensagens subjetivas pertencentes ao sistema de sinalização de trânsito da cidade, ao usar argumentações persuasivas, como as placas destinadas à educação no trânsito, adquirem características de mensagem publicitária. O fato de sua estética ser a estética “seca” de todo o sistema se justifica, principalmente, pelo propósito de a distanciar de inúmeras outras mensagens publicitárias no meio urbano.

A inclusão de mensagens subjetivas no sistema de sinalização, no entanto, pode gerar aspectos negativos. Para o designer Joaquim Redig (2004) “é essencial que a informação tratada pelo designer estabeleça uma analogia com seu conteúdo, visando, antes de tudo, clareza e rapidez de leitura”. Objetividade e concisão são negligenciadas pelo sistema de sinalização de trânsito, quando faz constar mensagens de características publicitárias nos painéis eletrônicos de trânsito, como “PARABÉNS 10 ANOS CET-RIO”. Até as mensagens educativas das placas brancas do sistema, assinala Redig, possuem esta característica publicitária:

Quando vejo escrito em certas placas de sinalização rodoviária, como existem aqui no Rio, ‘CINTO DE SEGURANÇA; SEU AMIGO DO PEITO’, não me sinto na obrigação de usar o cinto. Isso é propaganda, não é sinalização (REDIG, Revista Brasileira de Design da Informação, 2004).

Redig (2004) admite a pertinência destas mensagens, apenas entende que deveriam assumir a forma associada ao universo semiótico da publicidade. Na continuidade da citação acima acrescenta: “Eu compro (a idéia), se quiser. Se fosse um outdoor, tudo bem. Mas placas de sinalização não devem ser usadas para propaganda”.

Vale chamar a atenção para a promoção que as placas azuis fazem das instituições e estabelecimentos que indicam. Ainda que não utilizem mensagens

subjetivas ou persuasivas, como as placas brancas, elas também agem como promotoras de estabelecimentos comerciais, como shoppings, universidades particulares, etc, ao inseri-los em seus discursos de orientação do espaço público.

Desta forma, ao pensar a comunicação de orientação no espaço de contexto informal da cidade:

1. Deve se ter clareza quanto a amplitude que as mensagens contidas no espaço urbano possuem, de um modo geral, para que se procure potencializar todo o poder da mídia urbana em favor destes espaços, na intenção de trazê-los para a vida da cidade, sem barreiras, preconceitos, discriminações e estranhamentos.
2. Esta comunicação deve estar implantada em suportes e formatos compatíveis com a escala própria do adensamento, da organicidade e da mutabilidade do espaço informal, das AEIS, e dos bairros que vieram de origem informal.
3. As placas de trânsito e os MUIs - mobiliários urbanos para informação, estarão diversas vezes entrelaçados e por esta razão a forma como os agentes públicos dividem geograficamente suas responsabilidades e áreas de atuação, precisa ser flexibilizada em prol de uma concepção inovadora e integral da comunicação de orientação nestes espaços.
4. A comunicação para a orientação no espaço informal é emitida para receptores que se movimentam por meio de veículos motorizados, bicicletas ou a pé e pode ser dividida em:
 - a. Comunicação de orientação de direção, voltadas para o auxílio na identificação dos destinos, que na cidade formal está a cargo da SMTR, através da CET-RIO;
 - b. Comunicação para regulamentação do uso no espaço urbano, que visa advertir, restringir, regular e orientar comportamentos; na cidade formal a cargo da CET-RIO, quando a receptor for veículos motorizados trafegando pela caixa de rua, e IPP quando os receptores estiverem caminhando por ciclovias, ou apeando nas calçadas;
 - c. Comunicações subjetivas do poder público de cunho predominantemente educacional, que podem estar voltadas para:

- I. o trânsito (a cargo da CET-RIO na cidade formal),
 - II. campanhas de educação ambiental, promoção de atividades culturais da Região da Leopoldina, e uma série de mensagens visando a valorização da cidadania e do sentimento de pertencimento em relação à cidade. Na cidade formal o espaço para este tipo de comunicação estão nos MUIs – Mobiliários Urbanos para Informação, implantados pela SMU, através do IPP para veiculação de publicidades, e pelas as mídias urbanas convencionais;
5. O discurso da Comunicação de orientação do espaço informal deve ser editado pelos órgãos competentes, incluindo a ótica das comunidades da Maré, por meio de suas instituições representativas, das quais este trabalho destaca o CEASM – Centro de Estudos e Ações Solidárias da Maré, pela sua atuação ligada à pesquisas na área de comunicação, cultura e educação da Maré.
 6. A busca de soluções projetuais específicas para as localidades adensadas como a Maré, deve ser acompanhada pela preocupação com a busca de tecnologias que possam ser produzidas pela região, contribuindo com a geração de emprego e renda local, tipo de pensamento que já faz parte do universo da SMH.
 7. A comunicação para orientação de ciclistas e pedestres merecem atenção especial nestes ambientes de áreas adensadas, por serem intensos e, muitas vezes se entrelaçarem com o trânsito dos veículos motorizados.

A comunicação para orientação do espaço público urbano da cidade formal é emitida pelo poder público, como vimos, através de duas secretarias, a SMTR – Secretaria Municipal de Transporte, que cuida das mensagens voltadas para o trânsito motorizado, instaladas sobre as ruas e junto aos meios-fios das calçadas pela CET-RIO - Central de Engenharia de Transito do Rio de Janeiro e a SMU – Secretaria Municipal de Urbanismo, que cuida do plano urbanísticos da cidade e seus

mobiliários urbanos, aí incluídos os denominados MUPI – Mobiliário Urbano Para Informação, destinados a publicidades, sinalizações turísticas voltadas, meio ambigualmente, tanto para pedestre quanto para os veículos (a escala não é adequada para a leitura do motorista, mas seu posicionamento na calçada parece buscar também estes receptores).

Enquanto isto, os lugares informais da cidade, antes completamente ausente do discurso de orientação do espaço urbano, estão agora, em processo de inclusão no conjunto da cidade.

Pôde ser observado que ainda não existe uma definição por parte da SMTR e da SMU de como denominar os lugares informais, as AEIS – Áreas de Especial Interesse Social, e os bairros de origem informal. Distinções que parecem ainda nem terem sido relevadas. Favela é a terminologia normalmente empregada para classificar todas estas regiões, ainda que sua definição seja imprecisa e subjetiva.

Este problema é decorrente da imagem estigmatizada e preconceituosa que estes espaços possuem para a maior parte do setor formal da sociedade, que olham para estes lugares com estranhamento e distanciamento, produzindo desconhecimento, preconceito e exclusão.

Várias podem ser as morfologias das áreas informais: planas, em morros, traçados urbanos regulares ou orgânicos. Culturalmente possuem identidades distintas, que as aproximam bem mais dos bairros vizinhos que de outras áreas informais distantes.

As áreas informais, as AEIS e os bairros provenientes da informalidade possuem semelhanças: a frágil presença do poder público, o adensamento populacional e de sua malha urbana, a carência de suas construções.

Os lugares informais são aqueles que ainda permanecem na ilegalidade por algum motivo. Os que se localizam em áreas de risco ou em terrenos particulares, por exemplo, dificilmente receberá melhorias por parte do poder público, a não ser por questões de segurança, como deslizamentos. Seus moradores não receberam titularidade de posse naquele lugar.

As ZEIS (Zona de Especial Interesse Social) são lugares receberam ou estão em vias de receber a intervenção do poder público e cujas titularidades dos terrenos estão sendo ou já foram formalizadas.

Bairros de origem informal é uma denominação usada nesta dissertação para caracterizar as ZEIS de grandes proporções que já se configuram como bairros nos registros oficiais da prefeitura, como a Maré, a Rocinha, o Morro do Alemão e o Jacarezinho, embora sejam tratadas como favelas, fazendo que seus planos de desenvolvimento urbano partam da SMH – Secretaria Municipal do Habitat e não do IPP – Instituto Pereira Passos, como os demais bairros.

Esta diferenciação de tratamento não é prevista no Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro, em vigor desde 2005, denominado “As cidades da Cidade”. Nele, o plano regional para a área da Leopoldina, que compreende a Maré, além de mais 17 bairros, entre eles o Morro do Alemão, trata genericamente as diretrizes para a região, sem citar qualquer ressalva excluindo as áreas da Maré ou do Morro do Alemão. No entanto, quando se pergunta dentro do IPP sobre projetos ligados a Maré, a resposta é sempre “favelas é com a SMH”.

3.5 O espaço público da Maré.

Na Maré, como na maioria dos espaços informais, ou que vieram da informalidade, a rua é usada intensamente como área de convívio. Quase uma extensão da casa. Os moradores tiveram participação ativa na construção do espaço público, o que os faz se sentir no direito de ter iniciativas como a de “puxar um gato” da rede pública para alimentar barracas comerciais armadas de forma permanente sobre a calçada, em frente a suas casas, impedindo o uso da mesma pelos pedestres.

3.6 Instituições do Bairro Maré.

A deficiente presença do poder público na Maré é compensada por diversas instituições não governamentais que têm contribuído para o seu desenvolvimento.

O CEASM – Centro de Estudos Solidários da Maré, uma das importantes instituições local, desenvolveu através do Observatório Social da Maré um catálogo destas instituições, editado em 2004, pela editora Maré das Letras. Útil na edição dos discursos das placas azuis que indicam as localidades de instituições importantes e órgãos públicos dentre outros pontos de interesses.

3.7

Definição de parâmetros para determinar quando a Maré passa efetivamente a ser tratada como um bairro pelo IPP

Pelo que se pôde avaliar pelas pesquisas aqui realizadas, ações de melhorias urbanas na Maré dependem da Secretaria Municipal do Habitat.

A Maré parece está situada em um incômodo estágio intermediário, mais urbanizada do que a maioria das favelas e menos organizada e consolidada que um bairro popular (ainda que não se tenham parâmetros objetivos para este tipo de classificação). Esta posição faz com que não receba investimentos nem da SMH e nem da SMU, no que diz respeito a melhorias urbanas.

Caberia indagar que tipo de avaliação e de parâmetros determinaria o momento da localidade deixar de ser tratada como diferente e passar a ser incorporada aos planos da cidade formal pela SMU e o IPP, sem discriminação, mas levando-se em conta as especificidades da localidade.

Na avaliação que aqui se fez, este momento poderia já ter acontecido desde a promulgação oficial da Maré como bairro da cidade.

Em sua mensagem à cidade, a diretora executiva do Plano Estratégico parece ter consciência que mais cedo ou mais tarde a Maré e o Morro do Alemão terão deixarão de ser vistos como exceções no plano da cidade quando aponta dentre os paradigmas do plano a valorização das diversidades e os desenvolvimentos regionais a partir de soluções consensuais:

...o foco no cidadão e na região; as soluções consensuais; a diversidade da cidade; a articulação dos planos regionais e as possibilidades de desenvolvimento a partir das potencialidades locais. (Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro, 2004, p.11)

Na mesma mensagem atesta a necessidade da integração entre as localidades populares e os bairros nobres, embora deixe escapar um sentimento de “estranhamento”, ao usar o termo “inevitabilidade”:

A população carente reside não apenas no conjunto habitacional da periferia,mas também em morros estrategicamente localizados nos principais bairros nobres e, integrada à economia dos subcentros que habita, forma, em esmagadora maioria, comunidades plenamente conscientes de seus deveres e direitos de cidadania.

Conscientes da inevitabilidade do convívio e da importância de se encontrarem soluções consensuais que integrem a cidade e tragam benefícios para todos, os principais protagonista do Plano Estratégico II são os cidadãos. (Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro, 2004, p.11)

A SMH – Secretaria Municipal do Habitat, desenvolve um importante trabalho de transformação de lugares com infra-estruturas mínimas até um ponto onde as condições básicas estejam atendidas.

A missão da SMH é garantir o acesso à moradia legal e à infra-estrutura urbana como direito social básico, num processo integrado de planejamento da cidade, com a participação da sociedade (site da SMH, 2007).

Diante deste importante desafio SMH, alguns cuidados com a urbanização, como a comunicação para orientação no espaço urbano, ficam distantes de suas prioridades, ainda mais se levarmos em conta que as condições que agravam a informalidade, conseqüências do neoliberalismo, não estão em vias de serem modificadas.

Para que a Maré possa estar na fila de espera por melhorias urbanas como bons equipamentos urbanos, incluindo mobiliários urbanos e um eficiente sistema de orientação do espaço, um item de qualidade de vida urbana, como demonstrado desde a década de 70 por Whilheim (1976), em estudos para a COHAB – Companhia de Habitação.

Pretender que estes novos lugares passem a se desenvolver com o conjunto da cidade, equivale a dizer que equipamentos urbanos específicos deverão ser desenvolvidos, em uma nova escala urbana. Um processo contínuo de aprimoramento será requerido para isto, uma equipe voltada para a equiparação destas novas áreas com o restante da cidade dentro do IPP. Um departamento que esteja próximo à SMH.

A figura 3.3, no terceiro capítulo deste trabalho, que trata do contexto dos lugares informais, apresenta imagens de Alfa e Seville, exemplos dados por Sérgio Magalhães (2002), um dos mentores do Favela-Bairro, como exemplos do que pode vir a ser os modelos de espaços adensados quando superadas suas carências econômicas.

3.8 Recomendações

Quanto à CET-RIO: Flexibilização

Encontrar as soluções para este novo espaço requer novas idéias, pesquisas junto à comunidade e testes. Não é, portanto, nossa pretensão apresentar as soluções.

Com a intenção apenas de especular sobre os desafios que as adaptações formais trarão aos designers, ilustramos a seguir alguns caminhos que provavelmente estarão entre as possibilidades a serem pesquisadas.

1. Alternativa de fixação das placas sem fixações na calçada.

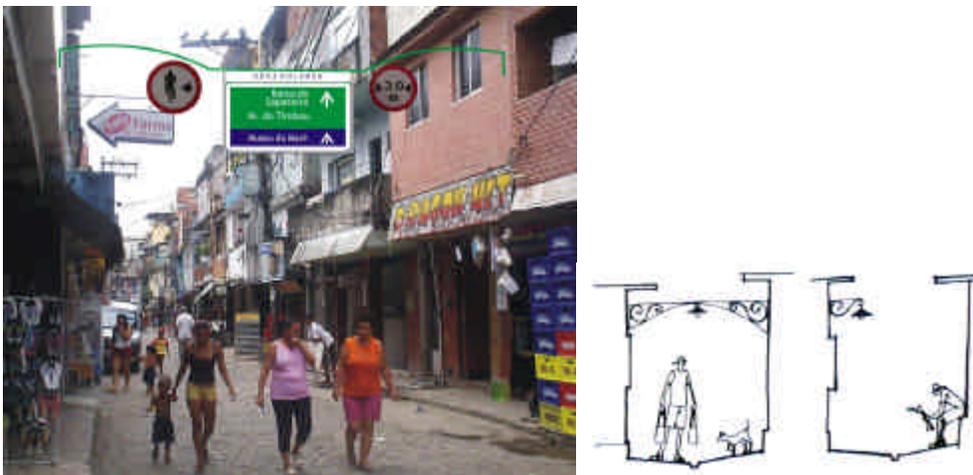


Fig.3.9 - Alternativa de fixação de placas de trânsito sem o uso de postes na calçada (esquerda). Ao lado, fixação de luminária usando o mesmo critério, sugerida por uma das equipes selecionadas para o Favela-Bairro, em 1995 (Equipe 119, PREFEITURA e UFRJ,1996, p.144).

No tipo de urbanização adensada dos lugares informais mesmo as ruas que possibilitam o trânsito de veículos possuem calçadas estreitas. Fincar postes para fixação de placas muitas vezes restringe a passagem de pedestres. Quando não for possível, outras alternativas devem ser cogitadas.

A familiaridade e o espírito de colaboração com que os moradores da Maré se relacionam no, e com o espaço público pode viabilizar alternativas como a apresentada acima: fixação de placas em estruturas suspensas, escoradas nas paredes das construções. O desenho ao lado da foto ilustra idéia de fixação de iluminação usando o mesmo princípio, desenvolvida pela Equipe 119, selecionada em 1995 pelo programa Favela-Bairro.

2. Agrupar as informações sempre que possível

Agrupar as comunicações regulamentares com as direcionais, sempre que possível, como no exemplo, evitaria algumas necessidades de fixações.

3. O verso das placas.

A CET-RIO não admite o uso do verso das placas de trânsito, como vimos. Na Maré, dois aspectos devem ser destacados. O primeiro é que a maioria das ruas, até agora, são de mão dupla, o que facilita o uso dos dois lados de um mesmo suporte para informação.

O segundo é que os lugares informais, as ZEIS e os bairros que surgiram da informalidade, por possuírem característica urbana atípica, poderiam funcionar como um laboratório para experimentos que visem flexibilizar as rígidas normas universais, no sentido de tornar o sistema mais identitário e barato. Neste sentido, a publicidade no verso de algumas placas, poderia fazer parte do sistema destes lugares, subsidiando o custo da implantação e da manutenção do sistema.

Quanto ao IPP: começar.

A prefeitura parece reconhecer a importância destas mídias como fonte de recursos para a cidade. Seria mais do que justo estender estas mídias para as áreas informais. Seria um passo que aumentaria muito o poder de comunicação entre o poder público e estas localidades.

O IPP é a instituição responsável pelo desenvolvimento e implantação dos mobiliários urbanos da cidade, dentre eles os MUIs – Mobiliário Urbano Para Informação, onde são veiculadas as mídias urbanas.

Adaptar a escala destes mobiliários urbanos para atender ao bairro Maré ao que tudo indica seria uma missão do IPP, uma vez que é esta instituição que está preparada para lidar com a questão da comunicação no espaço urbano, e não da SMH.

A Maré já possui infra-estrutura urbana para receber diversos MUIs e outros mobiliários. Sua malha urbana, como já mencionamos, é um pouco menos adensada que outras áreas informais, fruto das diversas intervenções urbanas que já sofreu.



Figura 3.10 – Simulação de implantação de um mobiliário urbano para informação na Maré.

A imagem anterior é uma simulação de um dos modelos de MUIs utilizados na cidade sendo implantado na Maré. Sua dimensão foi alterada neste exemplo, para salientar a necessidade de rever a escala para os lugares adensados da cidade. Seus receptores são pedestres, ciclistas e motoristas de veículos motorizados.

É grave, o fato do poder público não explorar o poder da mídia urbana para estreitar sua relação com os moradores das áreas informais no momento em que vivemos. Mensagens de educação ambiental, educação no trânsito, atuações da prefeitura na região, de valorização da cidadania, do sentimento de pertencimento da cidade, e tantas outras que a população precisa saber, para alimentar a esperança de dias melhores, podem se constituir em um instrumento valioso no resgate da cidadania em muito destes lugares.

A importância dos MUIs está também na oferta do espaço urbano das áreas informais para a publicidade, e com isso, a captação de recursos a serem investidos na localidade.

A questão da manutenção nos remete ao problema das depredações, que geram custos onerosos por toda a cidade. A Assessoria de Comunicação da CET-RIO, em entrevista para este trabalho, nos revelou o custo de R\$ 1 milhão em substituições de placas danificadas, o que chama a atenção para a necessidade do uso

de material menos cobiçado. O paradigma da durabilidade do material, precisa levar em conta o tempo que ele resiste ao roubo também.

Estudos de novos materiais são importantes também na tentativa de fabricar suportes que possam ser mantidos por pequenas indústrias e empresas locais, implicando em mais uma flexibilização que as instituições públicas deveriam promover para efetivamente contribuir com o desenvolvimento dos lugares informais, AEIS e bairros de origem informal, e desta forma, contribuir com toda a cidade.

Citando novamente as palavras da Diretora Executiva do Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro “[...] Conscientes da inevitabilidade do convívio e da importância de se encontrarem soluções consensuais que integrem a cidade [...]” que não se adie mais o que não precisa ser adiado.

Quando se olha para a comunicação de orientação no espaço urbano de forma integrada, percebe-se que o seu potencial comunicativo vai além da importante prestação de serviços na orientação de pessoas em seus destinos. Pode orientar e ajudar a regular o uso do espaço, apelando para, e promovendo, a cidadania.

Olhando por este prisma, tempo pode estar sendo desperdiçado pela desconsideração dos resultados positivos que um conjunto eficaz de comunicações urbanas integradas, visando a orientação no espaço, pode trazer em benefício do desenvolvimento da auto-estima local, da imagem da Prefeitura da Cidade perante seus moradores e em benefício do desenvolvimento da própria localidade, no caso, o Bairro Maré.

Promotora da mobilidade urbana, A comunicação para orientação do espaço urbano é também promotora da integração entre os lugares da cidade, Geradora de qualidade de vida, e por estas razões, deve ser vista como prioridade em todos os lugares da cidade, sejam eles turísticos, residenciais ou industriais, nobres ou populares, formais ou informais.